

ҚАРАҒАНДЫ  
УНИВЕРСИТЕТІНІҢ  
**ХАБАРШЫСЫ**  
**ВЕСТНИК**  
КАРАГАНДИНСКОГО  
УНИВЕРСИТЕТА

ISSN 0142-0843

**ЭКОНОМИКА** сериясы  
**№ 3(79)/2015**  
**Серия ЭКОНОМИКА**

Шілде–тамыз–қыркүйек  
30 қыркүйек 2015 ж.

1996 жылдан бастап шығады  
Жылына 4 рет шығады

Июль–август–сентябрь  
30 сентября 2015 г.

Издается с 1996 года  
Выходит 4 раза в год

Собственник РГП

**Қарагандинский государственный университет  
имени Е.А.Букетова**

Бас редакторы — Главный редактор

**Е.К.КУБЕЕВ,**

**академик МАН ВШ, д-р юрид. наук, профессор**

*Зам. главного редактора* — Х.Б.Омаров, д-р техн. наук

*Ответственный секретарь* — Г.Ю.Аманбаева, д-р филол. наук

*Серияның редакция алқасы* — *Редакционная коллегия серии*

Р.С.Каренов,	редактор д-р экон. наук;
В.И.Герасимчук,	д-р экон. наук (Украина);
А.А.Кочербаева,	д-р экон. наук (Кыргызстан);
Л.А.Родина,	д-р экон. наук (Россия);
Ладислав Тылл,	д-р PhD (Чехия);
Р.К.Андарова,	д-р экон. наук;
Ж.М.Шакина,	д-р экон. наук;
Б.С.Есенгельдин,	д-р экон. наук;
Б.А.Ахметжанов,	д-р экон. наук;
А.Д.Дюсембаев,	д-р экон. наук;
С.К.Ержанова,	ответственный секретарь
	канд. экон. наук

Редакторы *Ж.Т.Нұрмұханова*  
Редактор *И.Д.Рожнова*  
Техн. редактор *Д.Н.Муртазина*

Издательство Карагандинского  
государственного университета  
им. Е.А.Букетова  
100012, г. Караганда,  
ул. Гоголя, 38,  
тел.: (7212) 51-38-20  
e-mail: [izd\\_kargu@mail.ru](mailto:izd_kargu@mail.ru)

Басуға 29.09.2015 ж. қол қойылды.  
Пішімі 60×84 1/8.  
Офсеттік қағазы.  
Көлемі 30,0 б.т.  
Таралымы 300 дана.  
Бағасы келісім бойынша.  
Тапсырыс № 284.

Подписано в печать 29.09.2015 г.  
Формат 60×84 1/8.  
Бумага офсетная.  
Объем 30,0 п.л. Тираж 300 экз.  
Цена договорная. Заказ № 284.

Отпечатано в типографии  
издательства КарГУ  
им. Е.А.Букетова

*Адрес редакции:* 100028, г. Караганда, ул. Университетская, 28

Тел.: 77-03-69 (внутр. 1026); факс: (7212) 77-03-84.

E-mail: [vestnick\\_kargu@ksu.kz](mailto:vestnick_kargu@ksu.kz) Сайт: [vestnik.ksu.kz](http://vestnik.ksu.kz)

© Карагандинский государственный университет, 2015

Зарегистрирован Министерством культуры, информации и общественного согласия Республики Казахстан.

Регистрационное свидетельство № 13112–Ж от 23.10.2012 г.

## МАЗМҰНЫ

### РЕСПУБЛИКА САЛАЛАРЫ МЕН АЙМАҚТАРЫНЫҢ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ДАМУЫ ЖӘНЕ ОЛАРДЫҢ ӘЛЕМНІҢ БӘСЕКЕҚАБІЛЕТТІ 30 ЕЛДЕР ҚАТАРЫНА ҚОСЫЛУ МӘСЕЛЕЛЕРІ

<i>Каренов Р.С.</i> Әлемдегі және Қазақстандағы мұнай саласының қазіргі жай-күйі және болашақтағы дамуының басым міндеттері.....	5
<i>Шаекіна Ж.М., Мамраева Д.Ф., Ташенова Л.В.</i> Қазақстан аймақтарының патенттік белсенділігін зерттеу .....	19
<i>Тілеубердинова А.Т., Үсенова Д.М.</i> Қонақжайлық индустриясының құрылуы мен дамуының теориялық негіздері.....	24
<i>Каренова Г.С.</i> Шығындарды басқарудың іргелі тұжырымдамалары .....	31
<i>Шарова Е.А.</i> БРИКС елдерінің сыртқы сауда байланысындағы Ресей .....	38
<i>Ахметжанов Б.А., Хишауева Ж.Т., Тәжібекова К.Б.</i> IMD рейтингтеріндегі Қазақстан экономикасының бәсекеге қабілеттілігі.....	43
<i>Тэнк А.</i> Будапешт қалалық қорықтарының менеджменті мен туризмі.....	52

### ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ЖӘНЕ ИНДУСТРИЯЛЫҚ САЯСАТТЫ ЖҮЗЕГЕ АСЫРУ ТИІМДІЛІГІ

<i>Мырзалиев Б.С., Тайжанов Л.Т.</i> Қазақстанда моноқалалардың экономикалық жүйесінің ғылыми-теориялық негіздерін қалыптастыру .....	60
<i>Стыбаева А.З.</i> Инновацияларды басқару жүйесіндегі көрме қызметі .....	69
<i>Аяганова М.П.</i> Инновациялық жоба инновацияны ұйымдастырудың жаңа тұрпаты ретінде.....	78

### ҚАЗІРГІ ЗАМАНҒЫ МЕНЕДЖМЕНТ ЖӘНЕ МАРКЕТИНГТІҢ ӨЗЕКТІ МӘСЕЛЕЛЕРІ

<i>Каренов Р.С.</i> ISO 50001 стандартына сәйкес отандық кәсіпорындарда энергетикалық менеджмент жүйесін енгізу тиімділігі.....	86
<i>Булавин А.В.</i> Сауда кәсіпорны қоймасындағы қорларды оңтайландыру .....	93
<i>Биано Я., Мауина Г.А., Жансағымова А.Е.</i> Әлеуметтік-экономикалық дамуы мен қоршаған ортаны қорғаудың өзара байланысы .....	98

## СОДЕРЖАНИЕ

### ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ И ОТРАСЛЕЙ В СВЕТЕ ВХОЖДЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН В ЧИСЛО 30-ТИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНЫХ СТРАН МИРА

<i>Каренов Р.С.</i> Современное состояние и приоритетные задачи развития в перспективе нефтяной отрасли в мире и Казахстане .....	5
<i>Шаекіна Ж.М., Мамраева Д.Ф., Ташенова Л.В.</i> Исследование патентной активности регионов Казахстана.....	19
<i>Tleuberdinova A.T., Ussenova D.M.</i> Theoretical foundation of formation and development of hospitality industry .....	24
<i>Каренова Г.С.</i> Фундаментальные концепции управления затратами .....	31
<i>Шарова Е.А.</i> Россия во внешнеэкономических связях стран БРИКС .....	38
<i>Ахметжанов Б.А., Хишауева Ж.Т., Тәжібекова К.Б.</i> Конкурентоспособность экономики Казахстана в рейтингах IMD.....	43
<i>Tenk A.</i> The management and tourism of protected areas in Budapest.....	52

### ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ И ИНДУСТРИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В КАЗАХСТАНЕ

<i>Мырзалиев Б.С., Тайжанов Л.Т.</i> Формирование научно-теоретических основ экономической системы моногородов Казахстана .....	60
<i>Стыбаева А.З.</i> Выставочная деятельность в системе управления инновациями .....	69
<i>Аяганова М.П.</i> Инновационный проект как новая форма организации инноваций.....	78

### АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

<i>Каренов Р.С.</i> Эффективность внедрения на отечественных предприятиях системы энергетического менеджмента согласно стандарту ISO 50001 .....	86
<i>Булавин А.В.</i> Оптимизация складского запаса торгового предприятия .....	93
<i>Beano Ya., Mauina G.A., Zhansagimova A.E.</i> Replace the existing socio-economic development and environmental protection .....	98

<i>Шапкина Ж.М., Мамраева Д.Ф., Ташенова Л.В.</i> Туризмде маркетингтік коммуникациялардың негізгі элементтерін қолданудың теориялық қырлары.....	105	<i>Shayekina Zh.M., Mamrayeva D.G., Tashenova L.V.</i> The theoretical aspects of using the basic elements of marketing communications in tourism .....	105
<i>Хохлова Т.П.</i> Талаптандыру мен ынталандыруды жүйелеу: жеке тұлғалық үлгіден корпоративтік талаптандыру орта қалыптастыруға дейін.....	112	<i>Хохлова Т.П.</i> Систематика мотивации и стимулирования: от личностных моделей к формированию корпоративной мотивирующей среды .....	112
<i>Романько Е.Б.</i> Маркетинг пен логистиканы зерттеу мен іс-тәжірибеде қолданудың өзара байланысы болуының қажеттілігі.....	123	<i>Романько Е.Б.</i> Необходимость взаимосвязанного изучения и практического использования маркетинга и логистики.....	123
<i>Батырова Н.Т.</i> Ауыл шаруашылығындағы заманауи маркетингтің даму жолдары.....	130	<i>Батырова Н.Т.</i> Пути развития современного маркетинга в сельском хозяйстве .....	130
<i>Байымбетова Ә.Б., Увайсова Ш.С.</i> Тау-кен жұмыстарын қауіпсіз түрде жүргізу көмір шахталарының қызметін басқаруды жетілдіру бағыты ретінде.....	138	<i>Baimbetova A.B., Uvaisova Sh.S.</i> Safe mining operations as an important direction of improving the management of coal mines .....	138
<i>Баймұхамедова Г.С.</i> Логистикалық жүйедегі менеджмент ілімі және іс-тәжірибесі.....	145	<i>Баймұхамедова Г.С.</i> Теория и практика менеджмента в логистической системе.....	145
<i>Акенов С.Ш.</i> Қалалық жолаушылар тасымалдау көлігін басқару жүйесін дамытудың ба-сым бағыттары.....	153	<i>Акенов С.Ш.</i> Приоритетные направления развития системы управления городским пассажирским транспортом.....	153
<b>ӨНДІРІСТІК ЖҮЙЕЛЕРДІ ЭКОНОМИКАЛЫҚ-МАТЕМАТИКАЛЫҚ МОДЕЛЬДЕУ ЖӘНЕ БОЛЖАУ</b>		<b>ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ СИСТЕМ</b>	
<i>Бартош А.А.</i> Экономикалық салдағы басқарылатын ретсіздік үлгісі.....	159	<i>Бартош А.А.</i> Модель управляемого хаоса в экономической сфере.....	159
<i>Иманбекова А.М.</i> Метан қауіпсіздігін қамтамасыз ету жолдары және метанды көмір қабаттарынан өнеркәсіптік өндіру болашағы.....	166	<i>Иманбекова А.М.</i> Пути обеспечения метанобезопасности и перспективы промышленной добычи метана из угольных пластов .....	166
<i>Батырова Н.Т.</i> Қазақстан Республикасының қоғамдық тамақтандыру саласындағы экономикалық өзекті мәселелерді талдау.....	173	<i>Батырова Н.Т.</i> Анализ актуальных экономических проблем в сфере общественного питания в Республике Казахстан.....	173
<b>ҚАРЖЫ-НЕСИЕ ЖҮЙЕСІ</b>		<b>ФИНАНСОВО-КРЕДИТНАЯ СИСТЕМА</b>	
<i>Қазбеков Т.Б.</i> Кәсіпорынның өндіріс тиімділігінің және қаржылық жағдайының көрсеткіштер жүйесі.....	180	<i>Қазбеков Т.Б.</i> Система показателей эффективности производства и финансового состояния предприятия .....	180
<i>Ақбаев Е.Т., Дүйсембаев А.А., Хасенова К.Қ.</i> Коммерциялық банк қызметін стратегиялық басқару және жоспарлау мәселелері.....	188	<i>Ақбаев Е.Т., Дүйсембаев А.А., Хасенова К.К.</i> Проблемы стратегического управления и планирования деятельности коммерческого банка ...	188
<i>Көмекбаева Л.С., Артухевич Т.С.</i> Банк қаржыларының қызмет етуі және оларды жақсарту жолдары.....	196	<i>Комекбаева Л.С., Артухевич Т.С.</i> Функционирование финансов банка и пути их улучшения..	196
<i>Кәрібаев Е.С.</i> Қоғамдық жүйенің ерекше іргелі элементі ретінде ақша-несие жүйесінің әдіснамалық негіздері.....	202	<i>Кәрибаев Е.С.</i> Методологические основы исследования денежно-кредитной системы как особого фундаментального элемента общественной системы.....	202
<i>Лисова Н.А.</i> Мемлекеттік салық менеджментінің жүйесіндегі салықтық реттеу.....	210	<i>Лисова Н.А.</i> Налоговое регулирование в системе государственного налогового менеджмента.....	210

**ЖАС ҒАЛЫМ ТРИБУНАСЫ**

<i>Копжасарова Г.А.</i> Инновациялық ұйымдар мен компанияларда жаңа енгізілімдер жасау үдерісін басқару.....	219
<i>Қабиева А.Т.</i> Бидайды сақтау және ұқсату кәсіпорындарында бюджеттендірудің тиімді жүйесін енгізу.....	227

**МЕРЕЙТОЙ ИЕЛЕРІ**

<i>Каренов Р.С., Қазбеков Т.Б.</i> Қазіргі заманғы менеджмент саласындағы білікті маман .....	237
---	-----

АВТОРЛАР ТУРАЛЫ МӘЛІМЕТТЕР.....	239
---------------------------------	-----

**ТРИБУНА МОЛОДОГО УЧЕНОГО**

<i>Копжасарова Г.А.</i> Управление процессами создания нововведений в инновационных организациях и компаниях .....	219
<i>Қабиева А.Т.</i> Внедрение эффективной системы бюджетирования на предприятиях по хранению и переработке зерна .....	227

**ЮБИЛЕЙНЫЕ ДАТЫ**

<i>Каренов Р.С., Казбеков Т.Б.</i> Крупный специалист в области современного менеджмента.....	237
---	-----

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ.....	239
--------------------------	-----

---

# РЕСПУБЛИКА САЛААРЫ МЕН АЙМАҚТАРЫНЫҢ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ДАМУЫ ЖӘНЕ ОЛАРДЫҢ ӘЛЕМНІҢ БӘСЕКЕ ҚАБІЛЕТТІ 30 ЕЛДЕР ҚАТАРЫНА ҚОСЫЛУ МӘСЕЛЕЛЕРІ

## ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ И ОТРАСЛЕЙ В СВЕТЕ ВХОЖДЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ В ЧИСЛО 30-ТИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНЫХ СТРАН МИРА

УДК 338. 48: 622. 276

Р.С.Каренов

*Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букетова  
(E-mail: rkarenov@inbox.ru)*

### **Современное состояние и приоритетные задачи развития в перспективе нефтяной отрасли в мире и Казахстане**

Раскрыта общая тенденция развития современной нефтяной отрасли в мире. Дана ее характеристика как одной из основных отраслей экономики Казахстана. Доказывается, что нефтегазовый комплекс является движущей силой проводимых в республике социально-экономических реформ, проводником современных инновационных и управленческих решений. Отмечается, что нефтегазовый комплекс имеет специфические особенности, усиливающие интенсивность техногенного воздействия в загрязнении окружающей среды. Подчеркивается, что морская добыча становится новым этапом освоения запасов углеводородов в республике. Рассматриваются приоритетные направления эффективного развития нефтехимии в стране. Обосновывается целесообразность формирования кластеров в нефтегазодобывающей промышленности Казахстана. Делается вывод о путях развития и поддержания системы магистральных нефтепроводов для надежной транспортировки нефти на экспорт и внутренний рынок.

*Ключевые слова:* нефть, запасы, добыча, инвестиции, комплекс, месторождения, окружающая среда, сценарии развития, нефтехимия, переработка, кластеры, нефтепроводы.

#### *Общая тенденция развития современной нефтяной отрасли в мире*

Под термином «энергетическая безопасность» в мировом сообществе принято понимать защищенность граждан, экономики, государства от угрозы дефицита в обеспечении энергией на приемлемых условиях (качество, цена, доставка).

Уже сегодня мировое сообщество столкнулось с серьезными проблемами, которые способны затормозить поступательное развитие человечества из-за ограничения в увеличении добычи полезных ископаемых из природных ресурсов, которые носят конечный характер. По прогнозам экспертов, в течение текущего столетия многие из них будут исчерпаны.

Как известно, ведущее место в топливно-энергетическом секторе занимает нефть. Она составляет основу топливно-энергетических балансов всех экономически развитых стран. Нефть — национальное богатство добывающих стран, источник могущества, фундамент их экономики, фактор обороны и безопасности.

Доказанные запасы нефти в мире оцениваются в 140 млрд т, а ежегодная добыча составляет около 3,5 млрд т. Запасы нефти в крупных странах мира на сегодняшний день составляют, млрд т: Саудовская Аравия — 36,1; Ирак — 18,1; Иран — 15,5; Кувейт — 13,3; ОАЭ — 13; Венесуэла — 11,2; США — 4,2; Китай — 3 [1; 38].

За последние два десятилетия человечество вычерпало из недр более 60 млрд т нефти. В то же время, чем выше спрос на нефть, чем больше ее добывают, тем большие капиталы вливаются в отрасль, тем активнее идет разведка, тем быстрее открываются и осваиваются новые месторождения.

В мире общей тенденцией развития современной нефтяной отрасли является уменьшение разведанных запасов легкой нефти. Практически весь прирост запасов происходит за счет тяжелой вязкой сернистой нефти.

В связи с этим дальнейшее развитие нефтеперерабатывающей промышленности направлено на повышение глубины переработки нефти и нефтяных остатков. Поиск новых технологий и катализаторов, стойких к высокому содержанию серы, металлоорганики, парафинов и других примесей, является основной задачей ближайшего будущего.

#### *Нефтяная отрасль как одна из основных отраслей экономики Казахстана*

За годы независимого развития Казахстан вошел в число ведущих производителей и экспортеров нефти в мире, обладая крупнейшими запасами в Каспийском регионе.

Если на заре суверенитета республики перспективы десятилетий связывались с крупными проектами, начатыми в 1980–1990 гг., такими как «Карачаганак», «Тенгиз», то с начала XXI в. в казахстанских ведомствах и институтах снова в разряд актуальных попал вопрос наращивания разведанных запасов и дальнейшего развития отрасли геологоразведки. Новые планы строились на основе разведки и разработки глубоких залежей Прикаспийской низменности, что позже вылилось в проект «Евразия», и освоения морских недр. В целом же на протяжении 2000–2010 гг. были открыты порядка 30 месторождений нефти и газа с различной величиной запасов [2; 37].

В начале первого десятилетия XXI в. в акватории Каспия было открыто гигантское месторождение Кашаган, ресурсы которого увеличили запасы страны сразу вдвое.

Дальнейший прирост запасов нефти был обеспечен в 2005 г. за счет месторождений Карамандыбас, Каракудук и Кашаган (пересчет запасов); в 2008 г. — Кожасай, Арыстановское и Кайран; в 2010 г. — Акшабулак Центр, Кондыбай, Жангурши, Тасым, Тамдыколь, Мортук Восточный и других; в 2012 г. — Аккар Восточный, Карабулак Юго-Западный, Башенколь, Новобогат ЮВ надкарнизный, Чинаревское, Кашаган (пересчет запасов) и Урихтау. В 2013 г. дополнительный вклад в нефтяную копилку республики внесли месторождения Хазар, Каламкас, Морское и Дунга.

В сегменте производства нефти и газа наиболее весомыми проектами последних лет стали:

– открытие новой залежи нефти на месторождении «Рожковское» (Западно-Казахстанская область), которое эксплуатирует предприятие с участием АО «Разведка Добыча «КазМунайГаз» (АО «РД «КазМунайГаз») — ТОО «Урал ойл энд Газ». Примечательно, что изначально разведочные работы на этом месторождении были нацелены на поиск углеводородов в бобриковском и турнейском горизонтах, а запасы категории 2Р по этим горизонтам, согласно проводимым по международным стандартам техническим аудитам, выросли с 5,4 млн т в 2012 г. до 7,9 млн т в 2013 г. Однако, помимо этих горизонтов, нефть была найдена еще и в отложениях башкирского возраста. По планам оператора, данное месторождение должно быть введено в эксплуатацию в 2017 г. [3; 7];

– ввод в опытно-промышленную эксплуатацию «КазТрансГазом» месторождения «Жаркум», которое в течение почти трех десятилетий сможет снабжать газом Жамбылскую область, еще больше снизив зависимость юга страны от узбекского импорта [4; 6].

Сейчас среди стран СНГ Казахстан занимает второе место после России по добыче нефти. Так, в 2013 г. страна занимала 12-е место в мире по объемам доказанных запасов нефти и газового конденсата, 17-е — по объему нефтедобычи, 22-е — по доказанным запасам природного газа и 28-е — по объему газодобычи.

Существующие тенденции говорят о том, что нефтегазовая отрасль Казахстана продолжает находиться в зоне активного роста наряду с сохранением ее высокой инвестиционной привлекательности. Сегодня на долю инвестиций в недропользование УВС (углеводородное сырье) приходится порядка 70 % от общего объема инвестиций в развитие минерально-сырьевого комплекса Казахстана.

На данный момент в отечественной нефтянке действует ряд крупных иностранных компаний, представляющих более чем 45 государств мира, включая США, Великобританию, Францию, Италию, Швейцарию, Германию, Россию, Японию, Китай, Индонезию и другие. В общей сложности в 2000–2013 гг. в нефтегазодобывающую отрасль ими вложено 150,1 млрд долларов США, в том числе 18

млрд долларов пришлось на проведение геологоразведочных работ (ГРП). За этот период объем инвестиций возрос почти в 5 раз. Наибольшую инвестиционную активность проявляют такие крупные компании, как «Норт Каспиан Оперейтинг Компани» (18 %), СП «Тенгизшевройл» (15 %), АО «Мангистаумунайгаз» (12 %), АО «СНПС-Актобемунайгаз» (11 %), АО «Озенмунайгаз» (8 %), АО «Эмбамунайгаз» (4 %), АО «ПетроКазахстан Кумколь Ресорсиз» (3 %), АО «Тургай — Петролеум» (3 %), АО «Каражанбасмунай» (2,5 %), а также ФК «Бузачи Оперейтинг Лтд» (2 %) [5; 19].

Одним словом, нефтегазовый комплекс является движущей силой выполняемых в республике социально-экономических реформ, проводником современных инновационных и управленческих решений. Особенно заметна в этом процессе роль АО «НК «КазМунайГаз», которое обеспечивает порядка трети всей нефтедобычи, практически 96 % транспортировки газа, 67 % трубопроводной транспортировки нефти, 83 % нефтепереработки в стране и уже давно стало национальным нефтегазовым брендом.

Согласно оценке маркетинговой компании Energy Intelligence Group в настоящий момент «КазМунайГаз» входит в список 50 ведущих нефтегазовых компаний мира. В ближайшем будущем нацхолдинг ставит своей стратегической целью войти в топ-30 лучших корпораций в мировой нефтегазовой отрасли [6; 6].

Сегодня государственным балансом полезных ископаемых Казахстана учтены извлекаемые запасы по 253 месторождениям нефти (около 5 млрд т). Общие прогнозные ресурсы по нефти составляют свыше 17 млрд т. Если говорить о приросте запасов, то в 2000–2013 гг. он достиг 2,025 млрд т нефти (прирост запасов опережает их погашение в 2,5 раза).

Необходимо отметить, что порядка 88 % запасов нефти (категории A+B+C<sub>1</sub> и C<sub>2</sub>) распределены между крупными компаниями, в том числе 70 % приходится на «Норт Каспиан Оперейтинг Компани» (45 %) и СП «Тенгизшевройл» (25 %). По 3 % имеют АО «Мангистаумунайгаз», АО «СНПС-Актобемунайгаз», АО «Озенмунайгаз» и «Карачаганак Петролеум Оперейтинг Б. В.». Доля АО «Эмбамунайгаз» составляет 2 %, а компаниям «Бузачи Оперейтинг Лтд», ТОО «Казахойл Актобе» и АО «Каражанбасмунай» принадлежат по 1 %. На остальных средних и мелких недропользователей приходится лишь 7 %. Еще 5 % запасов свободны от недропользования и находятся в общем фонде [5; 18,19].

Основные месторождения нефти расположены в Западном Казахстане и приурочены к прибортовым зонам Прикаспийской впадины, Южно-Эмбенскому и Северо-Бузачинскому поднятиям, Северо-Устьюртской системе прогибов и Южно-Мангышлакскому прогибу, а также к шельфу казахстанского сектора Каспийского моря [7–9]:

1. В административном отношении в состав Западного Казахстана входят Актюбинская, Западно-Казахстанская, Атырауская и Мангистауская области. Анализ данных о распределении запасов нефти и газа по областям Западного Казахстана отражает неравномерность распределения запасов углеводородного сырья по территории.

2. В Атырауской области разрабатываются более 39 месторождений из открытых 88, что составляет 40 % от республиканских разведанных запасов нефти.

На территории Атырауской области располагаются подсолевые гиганты «Тенгиз» и «Кашаган» (акватория Северного Каспия). Имеется ряд других месторождений, как подсолевых («Имашевское», «Королевское» и др.), так и надсолевых («Прорва», «Мартыши», «Кульсары», «Доссор» и др.), которыми определяется уровень добычи нефти в области.

3. Мангистауская область содержит 35,3 % от республиканских разведанных запасов нефти. В данный момент на территории области открыто 59 месторождений, из которых разрабатывается 27. Большинство месторождений расположено в Южном Мангышлаке (66,5 % от общих запасов), 29,8 % запасов — на полуострове Бозащи, на плато Устьюрт — 2,5 и 1,2 % (6 месторождений) — в районе Южного Прикаспия.

Самые крупные нефтяные месторождения области: «Каламкас» (14,2 %), «Жетыбай» (13,6 %), «Каражанбас» (7,6 %), «Северный Бозащи» (6,2 %), «Озен», «Тенге» (3,2 %), «Южный Жетыбай» (2 %), «Тасболат» (1–4 %), «Донга-Еспелисай» (1,2 %), «Асар» (0,8 %). Месторождения «Озен», «Каламкас», «Жетыбай» и «Каражанбас» определяют уровень добычи нефти в Мангистауской области.

4. Актюбинская область обладает 11 % республиканских разведанных запасов нефти. В данной области открыты также крупные подсолевые месторождения: «Жанажол», «Кенкияк», «Алибекмола», «Урихтау» и надсолевые: «Кенкияк», «Шубаркудук», «Каратюбе», «Акжар», «Кокжиде» и дру-

гие. Имеются 23 месторождения нефти и газа, из которых разрабатываются только залежи в надсолевом комплексе «Кенкияка» и в отложениях карбона на «Жанажоле».

Одной из основных проблем наращивания уровней добычи нефти в Актюбинской области является наличие в растворенном газе концентраций сероводорода, достигающих 4–5 % на месторождениях «Жанажол» и «Алибекмола», которые будут определять основной объем добычи нефти в области.

5. Западно-Казахстанская область имеет 9 % от республиканских разведанных запасов нефти, связанных с Карачаганакской, Дарьинской, Тепловской, Гремячинской, Восточно-Гремячинской, Чинаревской группами месторождений, и газовые месторождения — «Цыгановское», «Ульяновское», «Токаревское».

В целом из выполненного анализа следует, что по количеству разрабатываемых месторождений, величине разведанных промышленных запасов, а также по перспективным и прогнозным ресурсам основным нефтегазоносным районом на сегодняшний день являются Атырауская и Мангыстауская области. Территории данных областей занимают (в большинстве) в геоморфологическом отношении самую уязвимую часть Прикаспийской низменности — морскую аккумулятивную равнину. На поверхности этой равнины расположены почти все основные нефтяные месторождения двух областей, построены производственные комплексы, населенные пункты, проложены сотни километров авто- и железных дорог, трубопроводы, являющиеся основными источниками загрязнения и нарушения природных компонентов и влияющие на антропогенное преобразование рельефа территории [10; 272–274].

Важно отметить то, что нефтегазовый комплекс имеет свои специфические особенности, усиливающие интенсивность техногенного воздействия в загрязнении окружающей среды. К ним относятся:

- агрессивные свойства углеводородного сырья (содержание сероводорода — 25 %);
- аномально высокое давление извлекаемого флюида (до 550–900 атм.);
- освоение прежде всего крупных месторождений, так как их эксплуатация более рентабельна;
- необходимость применения мощной буровой и строительной техники, разнообразных средств большой грузоподъемности с высоким разрушающим средо воздействием;
- создание специальных транспортных систем большой протяженности для вывоза углеводородного сырья, расширяющих территориальную сферу воздействия на среду;
- пониженная в сложных природных условиях надежность безаварийной эксплуатации промышленного оборудования и транспортных средств.

Основные проявления этого воздействия представлены на рисунке 1.

Как видим, данная схема демонстрирует ярко выраженную негативную роль в ухудшении окружающей среды нефтегазодобывающей промышленности. Поэтому в настоящее время стал особо острым вопрос об экологической обстановке в Западной Казахстане как крупном техногенном факторе в преобразовании рельефа территории, которая сложилась не только в пределах одной области, но и всего региона. Для решения данной проблемы срочно нужны проведение и соблюдение природоохранных мер.

Что касается перспектив развития Казахстана, то с момента обретения независимости страны они были связаны с долгосрочными планами добычи углеводородов, доходы от которых должны стать базой создания диверсифицированной отечественной экономики. По прогнозам мировых экспертных организаций нефть и газ в обозримой перспективе десятилетий останутся основным энергетическим ресурсом. Этот фактор напоминает, что в противоречивой ситуации отрасль остается инструментом политики, зачастую превращаясь в силу своей значимости и масштабности в орудие давления. Республика Казахстан с ее открытыми месторождениями и еще неразведанными запасами недр остается в сфере внимания и влияния как региональных, так и мировых держав, вместе с тем пытается вывести свою экономику в число наиболее развитых государств мира.

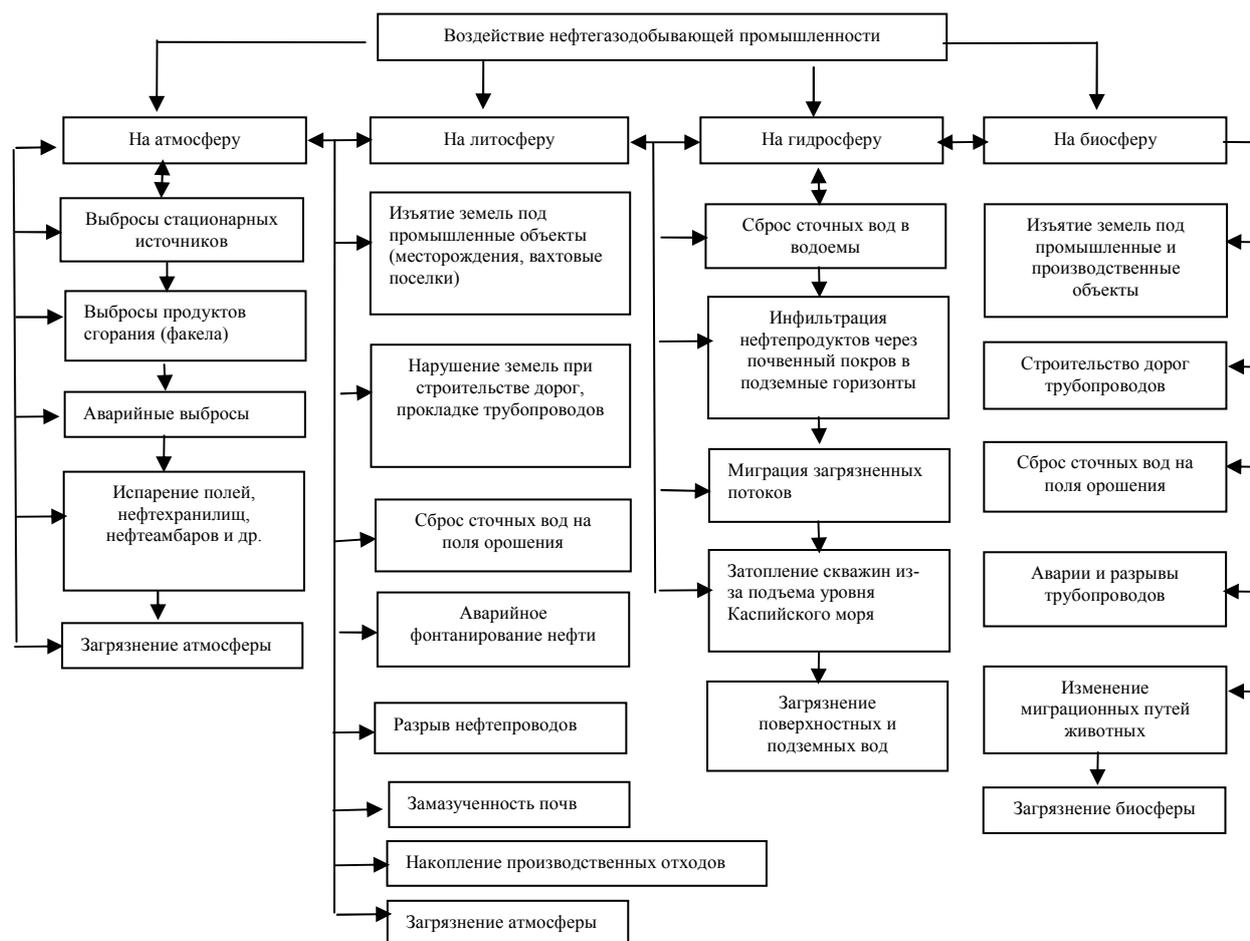


Рисунок 1. Схема воздействия нефтегазодобывающей промышленности Западного Казахстана на окружающую среду (данные работы [11; 24])

По одним планам, которые рассматривались на первоначальном этапе развития отрасли, были варианты доведения добычи нефти до пиковых — 150–200 млн т в ближайшие десятилетия. Но позже пиковая планка была снижена до 100–120 млн т. Такие подходы предполагают форсированную разработку морских проектов, а также Тенгизского и Карачаганакского месторождений и вовлечение запасов средних компаний. В последние годы становится очевидным, что столь форсированные темпы наращивания добычи стали неактуальными для Казахстана, и не только из-за сложности природных и технических условий разрабатываемых проектов.

В рамках Стратегии «Казахстан – 2050» отраслевым ведомствам предстоит выработать наиболее оптимальный сценарий освоения энергоресурсов страны и вхождения Казахстана в число 30 наиболее развитых государств. Источником прогресса должна стать не столько сырьевая, сколько диверсифицированная экономика с развитым аграрным и промышленным перерабатывающим сектором, машиностроением, инновационной экономикой и т.п.

Согласно озвученным ведомственными источниками данным [12; 41] в последние годы Казахстан придерживается прагматичного сценария, ориентированного на последовательное увеличение добычи нефти до 95–100 млн т в 2020 г., до 110–115 млн т — к 2030 г., стабилизацию в 2040–2050 гг. на уровне 110 млн т.

#### *Морская добыча — новый этап освоения запасов углеводородов*

Современная ситуация, свойственная развитию нефтегазодобывающей промышленности во всех странах мира, свидетельствует о том, что новые регионы сосредоточения крупных запасов углеводородного сырья характеризуются наличием продуктивных площадей либо в зонах, где залегающее

сырье приходится извлекать с огромными финансовыми и материальными затратами, либо в шельфовой зоне некоторых морских территорий. Эта закономерность предопределяет всю сложность процессов обнаружения новых нефтегазовых месторождений и последующего их освоения как с позиции финансово-экономических, технико-технологических результатов, так и с точки зрения необходимости решения столь важной проблемы, какой является поддержание экологического равновесия, особенно в зоне такого столь уязвимого для интенсивного промышленного освоения, каким является Каспийское море. В пределах его шельфа к настоящему времени уже начаты крупномасштабные работы поисково-геологического и эксплуатационного характера в российском, азербайджанском, туркменском и казахстанском секторах [13; 5].

Разработанная в Казахстане Государственная программа освоения казахстанского сектора Каспийского моря, утвержденная Указом Президента РК от 16 мая 2003 г., стала системой широкомасштабных проектов по вовлечению в промышленную разработку ряда перспективных месторождений углеводородного сырья. В соответствии с этой программой в том же году АО «Национальная компания «КазМунайГаз» учредила специализированное дочернее предприятие «АО «Морская нефтяная компания (МНК) «КазМунайТениз» для реализации нефтяных и газовых проектов в казахстанском секторе Каспийского моря.

Сегодня осуществляемая компанией разнохарактерная производственная деятельность концентрируется вокруг реализации ряда проектов.

Во-первых, Северо-Каспийский проект включает освоение месторождений «Кашаган», «Акто-ты», «Кайран», «Каламкас», «Юго-Западный Кашаган», в котором доля АО «НК «КазМунайГаз» составляет 16,81 %.

Как скоро возобновится добыча нефти на самом главном, «козырном» проекте Казахстана — «Кашагане»? Вопрос сегодня волнует многих — от разработчиков месторождения до Правительства республики. Этим озадачены в первую очередь в международном консорциуме North Caspian Operating Company (NCOC), акционеры которого вложили миллиардные инвестиции, чтобы добыть «черное золото» из недр в казахстанской части Каспийского шельфа. Такой интерес вполне оправдан, ведь «Кашаган» был признан одним из самых крупных открытий последних десятилетий в мировом нефтяном промысле.

А потому «первую кашаганскую нефть» терпеливо ждали много лет, однако из-за сложной геологической структуры месторождения, высокого содержания сероводорода и сильного пластового давления это событие неоднократно откладывалось. И вот 11 сентября 2013 г. долгожданной добыче нефти на «Кашагане» был дан старт.

Однако это радостное событие длилось недолго из-за возникших неполадок на наземном газопроводе, который соединяет остров D, где добывают нефть, с заводом «Болашак» — здесь ее очищают от примесей. После двух обнаруженных утечек газа добыча кашаганской нефти была приостановлена. Международный консорциум NCOC, чтобы в будущем избежать неприятностей в виде экологической катастрофы, пригласил авторитетных экспертов и начал тщательное расследование причин утечки.

Сейчас консорциум обсуждает возможные сценарии безопасного запуска добычи нефти на «Кашагане», но с оговоркой, что в большой степени сроки начала добычи будут зависеть от результатов интерпретации данных, полученных после завершения проверки труб [14; 2].

Как надеются в «КазМунайГазе», после проведения необходимых ремонтно-восстановительных работ и мероприятий по возобновлению добычи это месторождение сможет ежегодно обеспечивать значительный объем в общереспубликанскую нефтегазовую копилку.

Во-вторых, освоение участка Тюб-Караган находится на стадии анализа и обобщения полученных геолого-геофизических данных. Учредителями их с 50-процентной долей участия являются АО «МНК «КазМунайТениз» и «ЛукОйл Оверсиз Шельф Б. В.».

И в-третьих, проекты «Жамбыл», «Абай» и «Исатай» считаются перспективными в отношении содержания углеводородных ресурсов и находятся в стадии начального изучения путем проведения сейсморазведочных и гравиметрических работ.

Ожидаемым результатом реализации данных проектов должны стать не только добыча десятков миллионов тонн извлекаемой на месторождениях шельфа Каспийского моря нефти и миллиардов кубических метров газа, но и кардинальное решение проблемы сохранения окружающей среды уникального бассейна Каспийского моря.

Безусловно, Северо-Каспийский проект внесет серьезный вклад в обеспечение глобальной энергетической безопасности, так как имеет неопределимое значение для будущего развития Казахстана.

### *Приоритетные направления эффективного развития нефтехимии в Казахстане*

Казахстан, богатый углеводородным сырьем, всегда стремился развить сектор глубокой переработки, с тем чтобы переориентировать сырьевой потенциал на выпуск продукции с высокой добавленной стоимостью. На протяжении многих лет в стране, ежегодно увеличивающей добычу нефти и газа, разрабатывались и принимались специальные программы для развития сектора переработки углеводородов и получения продукции с высокой добавленной стоимостью. Так, меры по развитию нефтехимической промышленности были предусмотрены в Программе по развитию нефтегазового сектора РК на 2010–2014 гг., Государственной программе по форсированному индустриально-инновационному развитию (ГП ФИИР) на 2010–2014 гг.

31 мая 2014 г. постановлением Правительства РК принят Комплексный план по развитию нефтегазового сектора на 2014–2018 гг. Разработан проект второй пятилетки ГП ФИИР РК на 2015–2019 гг., согласно которой нефтепереработка и нефтехимия являются одними из шести приоритетных отраслей.

На сегодня Казахстан уже реализует несколько проектов, нацеленных на развитие нефтехимической отрасли. Это прежде всего инвестиционные проекты по организации производств с широкой гаммой нефтехимической продукции: полипропилена, полиэтилена, бутадиена, синтетических каучуков. Такие нефтехимические производства представляют собой сложную систему технологически взаимосвязанных процессов, осуществляемых на лицензионном оборудовании. Международный опыт и маркетинговые исследования показывают, что наиболее востребованными базовыми нефтехимическими продуктами являются полипропилен и полиэтилен.

Как показывают расчеты [15; 6], к 2030 г. прогнозируется значительная потребность в полипропилене на международных рынках (до 115 млн т). Это почти в 2 раза больше по сравнению с показателем 2015 г. (60 млн т). Высокие темпы роста рынка ожидаются в Азии, Восточной Европе, Ближнем Востоке, Латинской Америке, Африке, Карибском бассейне. Казахстанский полипропилен, за исключением того объема, который будет покрывать потребности внутреннего рынка, планируется экспортировать на рынки Восточной и Западной Европы, Китая, Турции. Ожидается, что в перспективе спрос на полиэтилен будет также высок. Наибольшим спросом он пользуется в странах Средней и Восточной Азии, а также в Западной и Восточной Европе. К 2025 г. спрос на полиэтилен прогнозируется в объеме до 137 млн т, что в 2 раза больше в сравнении со спросом в 2011 г. Основными рынками потребления казахстанского полиэтилена, как ожидается, будут Западная и Восточная Европа, а также Китай и Восточная Азия.

Главным проектом на территории СЭЗ «Национальный индустриальный нефтехимический технопарк» в Атырауской области (создан Указом Президента РК от 19 декабря 2007 г. № 495) является строительство интегрированного газохимического комплекса, реализуемое в две фазы. Первая фаза позволит обеспечить производство полипропилена мощностью 500 тыс. в год, вторая — 800 тыс. т полиэтилена в год. В целях гарантированного сбыта полипропилена компания, реализующая данный проект, — Kazakhstan Petrochemical Industries (KPI) уже заключила договоры на сбыт готовой продукции. В рамках второй фазы проекта стратегическим партнером выступает южнокорейская компания LG Chem. На сегодня суммарные инвестиции в данный проект оцениваются в 6300 млн долларов, а ввод в эксплуатацию первой фазы комплекса запланирован на четвертый квартал 2017 г.

Другой системообразующий проект, реализуемый в рамках СЭЗ, предполагает строительство завода по выпуску бутадиена мощностью 250 тыс. т в год и полибутадиенового каучука мощностью 125 тыс. т в год. На сегодня ведутся переговоры с потенциальными стратегическими партнерами из Польши, Германии и Южной Кореи.

Еще один проект ориентирован на дальнейшую переработку базового сырья с интегрированного газохимического комплекса и связан с налаживанием производства полимерной продукции. До ввода в эксплуатацию этого предприятия апробация технологии будет осуществляться на завозном сырье — из Российской Федерации, Узбекистана, Туркменистана, Южной Кореи. По данному проекту уже заключены договоры о намерениях по сбыту продукции на рынках Европы, Турции, Китая, Юго-Восточной Азии, стран СНГ [15; 6].

Приоритетное направление инновационного развития нефтегазового сектора РК — глубокая переработка углеводородного сырья 4–5 переделов с полным завершением технологического цикла,

начиная от добычи до производства продукции с высокой добавленной стоимостью. В этих целях сегодня осуществляется модернизация всех трех крупных нефтеперерабатывающих заводов (НПЗ).

Уже совсем скоро, согласно утвержденному Правительством страны Комплексному плану модернизации НПЗ, нефтеперерабатывающие заводы прекратят производство бензина марки А–80, наладят выпуск нефтепродуктов, соответствующих стандарту Евро–4 с перспективным выходом на Евро–5, а внутренний рынок будет полностью обеспечен высокооктановыми бензинами местного производства. При этом суммарная мощность по переработке нефти возрастет до 18,5 млн т в год с нынешних порядка 14 млн т в год, а глубина переработки увеличится и составит более 90 %. Кроме того, появится базовая продукция для нефтехимии — бензол и парахиллол.

К примеру, уже проведенная реконструкция вакуумного блока установки ЭЛОУ-АВТ-3 и установки замедленного коксования в рамках второго этапа реконструкции АНПЗ (Атырауский нефтеперерабатывающий завод) позволила увеличить мощности по первичной и вторичной переработке, а также производство дополнительных объемов целевых нефтепродуктов с добавленной стоимостью. Скоро здесь заработают еще два крупных объекта — Комплекс по производству ароматических углеводородов, строительство которого направлено на улучшение экологических параметров автомобильных бензинов за счет извлечения бензола и ароматических углеводородов из бензиновой фракции, а также Комплекс глубокой переработки нефти, что позволит увеличить мощность завода и глубину переработки.

На Шымкентском нефтеперерабатывающем заводе (РКОР) завершается разработка проектно-сметной документации реконструкции и модернизации, к работе над которой привлечены итальянская компания Technip S.p.A. совместно с ТОО «ИК «Казгипронефтьтранс». В ближайшее время планируется завершить строительно-монтажные работы в рамках первого этапа. Во исполнение второго этапа проекта завершены инженерно-геологические изыскания, проектирование по западным стандартам, ведутся работы по адаптации документации по казахстанским стандартам.

Реализацию проекта по модернизации ПНХЗ (Павлодарский нефтехимический завод) планируется осуществить в два этапа: первый из них включает запуск двух пусковых комплексов до конца 2016 г., решение же о реализации второго этапа будет принято после завершения разработки проектно-сметной документации с учетом заключения Госэкспертизы [6; 7].

Впрочем, не только этим трем заводам предстоит в будущем сыграть роль в развитии сектора downstream. Введенное в декабре 2013 г. предприятие по выпуску высококачественных дорожных битумов на производственной площадке существующего завода пластических масс в городе Актау тоже вносит существенный вклад в формирование нефтехимической отрасли.

В целом выпуск новой для Казахстана базовой нефтегазохимической продукции позволит в будущем перейти к реализации «нишевых» проектов по производству продукции высших переделов, таких как полиолефины, терефталевая кислота и полиэтилентерефталат. В свою очередь это даст возможность освоить производство полиэфирных волокон, упаковочных материалов, шин, труб и многих других товаров бытового и промышленного назначения [16; 12].

Как считают специалисты [17; 18], в перспективе строительство и пуск в эксплуатацию различных нефтехимических комплексов, а также модернизация и технологическое обновление действующих нефтеперерабатывающих заводов позволят:

- приступить к формированию структур по глубокой и комплексной переработке углеводородного сырья, что даст возможность говорить о создании рынка нефтехимических продуктов с высокой добавленной стоимостью;
- уменьшить зависимость экономики Казахстана от конъюнктуры мировых цен на нефть, обеспечить наполнение Центрально-Азиатского и внутреннего рынка нефтехимической продукцией казахстанского производства;
- создать основу для формирования в Республике Казахстан вертикально интегрированных комплексов, деятельность которых может осуществляться в широком спектре — от добычи и очистки нефти до создания действующих технологий и производств по глубокой переработке углеводородного сырья и выпуска товарной нефтехимической продукции с высокой добавленной стоимостью.

Одновременно изложенное выше позволяет сделать вывод о необходимости дальнейшего исследования проблем и путей развития нефтехимического производства в Казахстане.

*Необходимость формирования кластеров  
в нефтегазодобывающей промышленности Казахстана*

Мировой опыт свидетельствует, что конкурентоспособность национальной экономики во многом обеспечивается формированием комбинации фирм и организаций, связанных между собой потоками знаний, технологическими связями и другими взаимоотношениями. Подобная группа географически локализованных участников получила название «кластер». На сегодняшний день развитие кластеров является широко признанным инструментом, сопутствующим экономическому развитию и повышению конкурентоспособности. Быстро распространяющееся число кластерных инициатив как в развитых, так и в развивающихся странах по всему миру отражает их эффективность и жизнеспособность.

По определению Портера, «кластер, или промышленная группа, — это группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере и характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга.

Географические масштабы кластера могут варьироваться от одного города или штата до страны или даже ряда соседствующих стран. Кластеры принимают различные формы, в зависимости от своей глубины и сложности, но в большинстве случаев включают компании готового продукта, или сервисные компании; поставщиков специализированных факторов производства, компонентов, машин, а также сервисных услуг; финансовые институты; фирмы в сопутствующих отраслях. Кластеры часто включают также фирмы, работающие в низовых отраслях (т.е. с каналами сбыта или потребителями); производителей побочных продуктов; специализированных провайдеров инфраструктуры; правительственные и другие организации, обеспечивающие специальное обучение, образование, поступление информации, проведение исследований и предоставляющие техническую поддержку (такие как университеты, структуры для повышения квалификации в свободное время); а также агентства, устанавливающие стандарты. Правительственные агентства, оказывающие существенное влияние на кластер, могут рассматриваться как его часть. И наконец, многие кластеры включают торговые ассоциации и другие совместные структуры частного сектора, поддерживающие членов кластера» [18; 207].

В Республике Казахстан имеется ряд условий, которые могут как способствовать, так и препятствовать развитию территориальных кластеров [7; 266].

К позитивным результатам внедрения кластерного подхода в региональное развитие следует отнести: расширение технологической, научной и информационной инфраструктур; готовность субъектов бизнеса к кооперированию; мобильность в использовании местных ресурсов; повышение устойчивости межрегиональных связей; усиление партнерских отношений во внешнеэкономическом сотрудничестве и ряд других.

К факторам, сдерживающим развитие кластеров в РК, можно отнести следующие: низкое качество управления совместным бизнесом в отдельных секторах деятельности международных хозяйственных структур; слабый уровень развития приграничных территориальных кооперационных структур, которые, как правило, самостоятельно не справляются с задачей выработки и реализации приоритетов для продвижения интересов регионального бизнеса; недостаточный уровень коллективных плановых и программных решений по территориальному хозяйственному развитию; большие горизонты достижения ожидаемых результатов, так как реальные выгоды от создания кластеров могут проявиться через 5–7 лет.

Критерием для выделения базовой отрасли кластера является ее способность производить продукцию, конкурентоспособную на мировом рынке.

По мнению специалистов [19; 6], весь комплекс проблем, возникающих при развитии нефтегазовой отрасли, должен своевременно решаться поэтапно — с момента начала геолого-поисковых и разведочных работ до ввода в эксплуатацию месторождения и строительства объектов переработки углеводородных ресурсов. Такая стратегия может быть успешно реализована в процессе формирования нефтехимических кластеров на системной основе.

Проблема формирования кластеров в нефтяной промышленности заключается в необходимости создания цепочек взаимоувязанных производств — от геолого-поисковых и разведочных работ до переработки извлеченных углеводородных соединений и реализации товарной продукции (рис. 2).

Реальная возможность формирования кластеров, в основу которых будет положено использование нефтегазовых ресурсов, существует в регионах Западного Казахстана. Первый из них может быть образован с учетом существующего промышленного и научного потенциала в Атырауской области. Данная область, благодаря сосредоточенным на ее территории запасам нефти и газа, является одним

из перспективных и привлекательных регионов республики, где уже идут формирование нефтехимического кластера и создание интегрированного нефтехимического комплекса. Анализ эффективности кластеров может производиться в различных направлениях: институциональная организация; внутренняя мотивация инициирования и поддержания; сравнительная конкурентоспособность участников; стратегический потенциал.

Исследование и классификация характерных признаков кластеров показывают их отличия в разных странах, но в целом можно выделить систему следующих основных показателей по ресурсам и ожидаемым результатам, которые имеются в Атырауской области для создания нефтехимического кластера [20; 20]:

- достаточные возможности и ресурсы по проведению исследований структур вне и внутри кластера и перспектив его развития;
- возможность развития трудового потенциала и трудовых ресурсов внутри предприятий кластера;
- близость поставщиков углеводородного сырья и других материальных ресурсов;
- наличие собственного капитала у участников кластера.

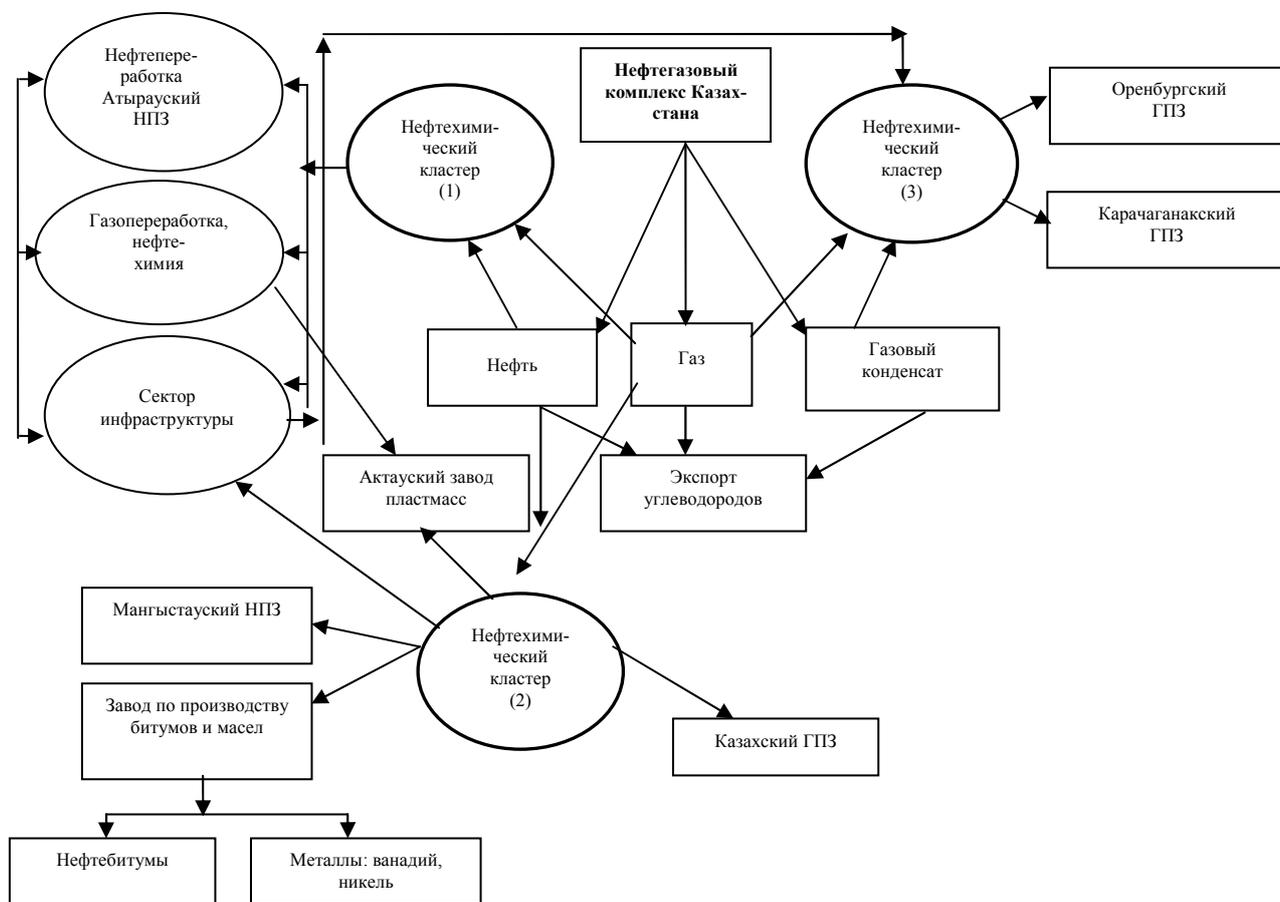


Рисунок 2 Схема производственных взаимосвязей структурных подразделений кластеров (данные работы [7; 268])

В основу формирования второго кластера должны быть положены существующие мощности по нефтедобыче (месторождения «Мангыстау» и «Бузачи»), по переработке углеводородных ресурсов (завод пластмасс, Казахский газоперерабатывающий завод, а в перспективе — Мангыстауский нефтеперерабатывающий комплекс).

Третий кластер должен быть ориентирован на использование газоконденсата Карагаганакского месторождения, а в последующем и на сырье, которое в перспективе будет добываться на новых месторождениях Западно-Казахстанской области — Тепловской, Токаревской и иных структур.

Развитие собственной разветвленной базы нефтегазопереработки и нефтехимии необходимо республике, во-первых, в связи с ростом своих потребностей в исходных ресурсах углеводородов; во-вторых, вследствие того, что конечная продукция этих производств — от индивидуальных углеводородов до полимерных материалов — представляет собой достаточно выгодную статью экспорта, о чем свидетельствует постоянно растущий спрос на нее на мировых рынках.

Рост нефтегазодобычи и предстоящее освоение месторождений Каспийского шельфа создают базу для создания мощных нефтеперерабатывающих и нефтехимических производств, продукция которых способна не только полностью удовлетворить внутренние потребности, но и поставляться на внешние рынки [7; 267–269].

Значит, основной целью создания нефтехимического кластера, исходя из природных богатств нашей страны, а также расположения нефтедобывающих и нефтеперерабатывающих предприятий, должно стать развитие конкурентоспособности нефтехимического комплекса Казахстана и его продуктов, выход на мировой рынок, повышение эффективности его вклада в конкурентоспособность национальной экономики.

В Казахстане формирование названных выше кластеров позволит поэтапно реализовать задачи комплексного социально-экономического развития регионов. Кластеры должны быть взаимосвязаны между собой процессами добычи и переработки сырья, а также инфраструктурой, которую предстоит создать (нефтяное машиностроение, социальная сфера, нефтепроводный транспорт, научно-техническое сопровождение и др.).

Предпосылки для этого реально существуют в регионах Западного Казахстана, где имеются, во-первых, значительные объемы добычи нефти и газа, во-вторых, уже введенные в эксплуатацию мощности по нефтегазопереработке и нефтехимии в-третьих, в достаточной степени развитая инфраструктура. Все это будет способствовать в пределах кластера созданию большой системы взаимосвязанных по сырью, финансовым и трудовым ресурсам производств, территориально расположенных в Западных областях. Более того, реализация кластерной инициативы именно здесь создает предпосылки для возрождения таких крупных объектов нефтегазопереработки и нефтехимии, как завод пластмасс (Актау), АО «Полипропилен» и нефтеперерабатывающий завод (Атырау), Новоузенский и Жанажолский газоперерабатывающие заводы.

#### *Пути развития и поддержания системы магистральных нефтепроводов для надежной транспортировки нефти на внутренний рынок и экспорт*

В свете реализации Стратегии «Казахстан — 2050» создание многовекторной и экономически эффективной нефтетранспортной системы Казахстана стало главной стратегической целью национального оператора РК по магистральному нефтепроводу «КазТрансОйл», обеспечивающему сегодня транспортировку до 60 % от всего объема добываемой в республике нефти. Сейчас «КазТрансОйл» управляет сетью магистральных нефтепроводов протяженностью более 5,5 тыс. км, свыше 2,1 тыс. км водоводов, 37 насосными станциями, обеспечивая рабочими местами более 8 тыс. человек. Производственные объекты АО «КазТрансОйл» расположены в 11 областях Казахстана [21; 7].

Поскольку нефтепроводная система Казахстана создана, сегодня нефть, добываемая в нашей стране, может транспортироваться как на западные рынки, так и в восточном направлении, в бассейны Черного, Балтийского, Средиземного морей. В целях обеспечения транспортировки отечественной нефти на территории России и Беларуси национальный оператор Казахстана по магистральному нефтепроводу АО «КазТрансОйл» заключил с нефтетранспортными и транспортно-экспедиторскими компаниями договоры на предоставление услуг транспортировки по системе магистральных нефтепроводов этих стран и транспортно-экспедиторских услуг по организации перевалки экспортируемой казахстанской нефти в морских торговых портах (ОАО «АК «Транснефть», ОАО «Гомельтранснефть Дружба», ЗАО «Транснефть-Сервис», ООО «Невская трубопроводная компания», ООО «Приморский торговый порт»). Например, объемы экспорта по системе «Атырау — Самара» уже расписаны на долгосрочную перспективу, и это дает нашим нефтяным компаниям уверенность в планировании, так как каждый рынок — Черного моря, Восточной Европы, Балтийских стран — имеет определенную ценовую политику.

Через территорию России ежегодно осуществляется транспортировка казахстанской нефти: по нефтепроводу Атырау — Самара — порядка 15 млн т; по нефтепроводу Махачкала — Тихорецк — Новороссийск — до 3 млн т. Соглашение между Правительствами РК и Российской Федерации о транзите нефти в настоящее время продлено до 2027 г.

В ближайшей перспективе ожидается рост объемов добычи нефти, связанный в основном с планируемой добычей на месторождении «Кашаган» и увеличением добычи на месторождении «Тенгиз». Так, ТОО СП «Тенгизшевройл» (ТШО), являющееся лидером по объему нефтедобычи в Казахстане и добывшее в 2013 г. рекордный объем сырой нефти — 27, 1 млн т, уже через несколько лет сможет продемонстрировать новую мощь разрабатываемого им месторождения «Тенгиз» (Атырауская область). Реализация проекта будущего расширения (ПБР), а также связанного с ним проекта управления устьевым давлением скважин (ПУУД), совокупно оцениваемых в 23 млрд долларов, позволит нарастить добычу нефти в ТШО на 12 млн т и довести ее до 38 млн т в год. «Тенгиз» — самое глубокое в мире нефтяное месторождение-гигант, верхний нефтеносный коллектор которого залегает на глубине около 4000 метров, или 13 000 футов. Общие разведанные запасы в разбуренных и неразбуренных участках прогнозируются в объеме 3,1 млрд т, или 26 млрд баррелей. А площадь коллектора столь велика, что потребовались бы две марафонские дистанции, чтобы обойти вокруг него. Сегодня ТШО производит четыре вида высококачественной продукции для использования как внутри Казахстана, так и за его пределами. Это сырая нефть, которую компания продает в Европу и Северную и Южную Америку; сжиженный углеводородный газ, реализуемый потребителям в Казахстане и Европе по железной дороге; сухой газ, большая часть которого используется в республике; а также сера — жидкая, чешуированная, гранулированная и комовая, отгружаемая в страны Средиземноморского бассейна Центральной Азии и Китай [22; 6].

Как известно, основным маршрутом транспортировки тенгизской нефти с 2001 г. является система Каспийского трубопроводного консорциума (КТК). В связи с указанным выше увеличением потенциального объема добычи нефти на Тенгизском месторождении в перспективе в настоящее время реализуется проект расширения пропускной способности КТК общей стоимостью в 5,4 млрд долларов США. Это позволит увеличить со временем мощность КТК до 67 млн т в год (с антифрикционными присадками — до 76 млн т в год). В рамках его реализации будут модернизированы 5 существующих и построены 10 дополнительных НПС (2 — в Казахстане и 8 — в России), возведены под Новороссийском в дополнение к четырем существующим шесть новых резервуаров, объемом 100 тыс. кубометров каждый, для хранения нефти, а также третье выносное причальное устройство на морском терминале КТК. Кроме того, проект предполагает замену 88-километрового участка трубопровода на территории Казахстана на трубу большего диаметра [23; 6].

Известно, что одним из важных направлений является перспективный рынок углеводородов КНР. В связи с этим АО «КазТрансОйл» последовательно реализует проект по увеличению пропускной способности нефтепроводной системы Казахстан — Китай (Атырау — Кенкияк — Кумколь — Атасу — Алашанькоу) до 20 млн т в год к 2017–2019 гг. при наличии ресурсной базы [24; 5].

В рамках дальнейшей реализации данного проекта предполагаются строительство и реконструкция объектов нефтетранспортной инфраструктуры, в том числе реконструкция и расширение НПС № 663, реконструкция ГНПС «Кенкияк», строительство НПС «Кызылжар», строительство н/п Кумколь-Каракоин, замена трубы на участке н/п Каракоин-Атасу; строительство 3 НПС и реверс нефтепровода Кенкияк — Атырау для транспортировки нефти месторождений Западного Казахстана в направлении ПКОП, ПНХЗ и Китая; а также строительство 3 НПС на нефтепроводе Кенкияк — Кумколь.

В заключение важно подчеркнуть то, что вопросы диверсификации позволят также решить загрузку собственных нефтеперерабатывающих заводов. Так, остро стоит задача обеспечения загрузки Павлодарского завода нефтью западноказахстанского происхождения. Значит, наряду с развитием экспортного потенциала важнейшей задачей в рамках обеспечения внутреннего рынка республики нефтепродуктами является также развитие сети внутренних нефтепроводов. В этом направлении предполагается осуществлять инвестиции для поддержания текущих активов, обеспечения надежности линейной части трубопровода и эффективности насосных станций.

### Список литературы

- 1 Коренчук Г., Масимов К., Вершков А. Энергетическая безопасность Прибалхашского региона // Промышленность Казахстана. — 2013. — № 2 (77). — С. 38–46.
- 2 Тасекеев М., Васильянова Л. Новые проекты нефтедобычи // Промышленность Казахстана. — 2012. — № 6 (75). — С. 37–40.
- 3 Кусаинова А. РД КМГ: падение цен на нефть — серьезный вызов // Казахстанская правда. — 2014. — 24 дек. — С. 7.

- 4 *Бутырина Е.* Нефтяному рынку Казахстана 2014 год запомнится обвалом мировых цен, председательством в Энергетической хартии и ростом расходов по проекту Кашаган // *Панорама*. — 2014. — № 50. — 26 дек. — С. 6.
- 5 *Джантуреева Э.* Нефтегазовый комплекс: запасы, добыча, инвестиции // *Kazakhstan*. — 2014. — № 5. — С. 18–22.
- 6 Национальный нефтегазовый бренд // *Казахстанская правда*. — 2014. — 14 сен. — С. 6.
- 7 *Джолдасбаева Г.У.* Пути повышения конкурентоспособности нефтегазового комплекса за счет диверсификации и реструктуризации: теория, практика, приоритеты (на примере Республики Казахстан): Монография. — Алматы: Экономика, 2012. — 312 с.
- 8 *Егоров О.И., Чигаркина О.А., Баймуканов А.С.* Нефтегазовый комплекс Казахстана: проблемы развития и эффективного функционирования. — Алматы: Полиграфкомбинат корпорации «Атамұра» Республики Казахстан, 2003. — 536 с.
- 9 *Каренов Р.С.* Приоритеты стратегии индустриально-инновационного развития горнодобывающей промышленности Казахстана. — Астана: Изд-во КазУЭФМТ, 2010. — 539 с.
- 10 *Кошим А.Г.* Состояние и экологические проблемы нефтедобывающей промышленности Прикаспийского региона // XXVII Пленум геоморфологической комиссии РАН: Материалы Междунар. конф. — Томск: Томский гос. ун-т, 2003. — С. 272–274.
- 11 *Кошим А., Сакиев К.* Нефтяная промышленность как техногенный фактор развития современного геоморфогенеза // *Промышленность Казахстана*. — 2011. — № 4 (67). — С. 22–25.
- 12 Масштаб и значимость: в поисках оптимального сценария // *Промышленность Казахстана*. — 2014. — № 5 (86). — С. 40–45.
- 13 *Медиева Г.* Сохранить уникальность Каспия // *Казахстанская правда*. — 2014. — 15 окт. — С. 5.
- 14 *Конырова К.* Кашаган: поиски истины продолжаются // *Казахстанская правда*. — 2014. — 9 янв. — С. 1–2.
- 15 *Бутырина Е.* Эффективное развитие нефтехимии в Казахстане возможно лишь при реальной поддержке государства // *Панорама*. — 2014. — 13 июня. — № 22 — С. 6.
- 16 *Караалин У.* Инновации в сфере углеводородов // *Казахстанская правда*. — 2014. — 19 дек. — С. 12.
- 17 *Чигаркина О.А., Джолдасбаева Г.У.* Развитие нефтепереработки как фактор структурных преобразований экономики Казахстана // *Экономика: стратегия и практика*. — 2014. — № 4 (32). — С. 14–19.
- 18 *Портер Майкл Э.* Конкуренция: Учеб. пособие: Пер. с англ. — М.: Изд. дом «Вильямс», 2000. — 495 с.
- 19 *Сабден О., Егоров О.* Потенциал использовать сполна // *Казахстанская правда*. — 2014. — 8 авг. — С. 6.
- 20 *Оразбаева К., Утенова Б., Курсина М.* Формирование нефтехимического кластера и создание интегрированного нефтехимического комплекса в Казахстане // *Промышленность Казахстана*. — 2014. — № 4 (85). — С. 20–22.
- 21 *Тулешева Г.* Курс — на устойчивый рост // *Казахстанская правда*. — 2014. — 22 окт. — С. 7.
- 22 *Бутырина Е.* ТПО работает над поиском альтернативных маршрутов транспортировки углеводородного сырья для смягчения возможных последствий от антироссийских санкций // *Панорама*. — 2014. — 14 нояб. — № 44. — С. 6.
- 23 *Бутырина Е.* КТК отметил существенный прогресс в реализации проекта расширения в Казахстане // *Панорама*. — 2014. — 14 нояб. — № 44. — С. 6.
- 24 *Саудегерова Д.* Уверенность в завтрашнем дне // *Казахстанская правда*. — 2014. — 28 авг. — С. 5.

Р.С.Каренов

## **Әлемдегі және Қазақстандағы мұнай саласының қазіргі жай-күйі және болашақтағы дамуының басым міндеттері**

Әлемдегі заманауи мұнай саласының жалпы даму үрдісі зерттелген. Оның Қазақстан экономикасының негізгі салаларының бірі ретіндегі сипаттамасы берілген. Мұнай-газ кешені республикада жүргізіліп жатқан әлеуметтік-экономикалық реформалардың қозғаушы күші, заманауи инновациялық және басқарушылық шешімдерді жүзеге асырушы буыны болып табылатындығы дәлелденген. Мұнай-газ кешенінің қоршаған ортаны ластаудағы техногенді әсерінің қарқындылығын күшейтетін айрықша ерекшелігі бары айтылған. Мұнайды теңізден өндіру республикада көмірсутегінің қорын игерудің жаңа кезеңіне айналғандығы көрсетілген. Елде мұнай химиясының тиімді дамуының басым бағыттары қарастырылған. Қазақстанның мұнай-газ өнеркәсібінде кластерлер қалыптастыру тиімділігі негізделген. Мұнайды экспортқа және ішкі нарыққа сенімді тасымалдау үшін магистралды мұнай құбырлары жүйесін дамыту және қалыпта ұстау жолдары туралы қорытынды жасалған.

## Current status and development priorities in the future of the oil industry in the world and Kazakhstan

It disclosed the general trend of development of the modern oil industry in the world. The characteristics as one of the main branches of economy of Kazakhstan. It is proved that the oil and gas industry is a driving force in the Republic's socio-economic reforms, conductor modern innovation and management decisions. It is noted that the oil and gas industry has specific characteristics that increase the intensity of anthropogenic impact in environmental pollution. It is emphasized that marine mining becomes a new stage of development of hydrocarbon reserves in the country. In this article considered priority areas for efficient development of the petrochemical industry in the country. The expediency of forming clusters in the oil and gas industry of Kazakhstan. The conclusion is made about the development and maintenance of a system of trunk pipelines for reliable transportation of oil for export and domestic market

### References

- 1 Korenchuk G., Massimov K., Vershkov A. *Industry of Kazakhstan*, 2013, 2 (77), p. 38–46.
- 2 Taskeev M., Vassillyanova L. *Industry of Kazakhstan*, 2012, 6 (75), p. 37–40.
- 3 Kusainova A. *Kazakhstanskaya pravda*, 2014, December, 24, p. 7.
- 4 Butyrina E. *Panorama*, 2014, 50, December, 26, p. 6.
- 5 Dzhantureeva E. *Kazakhstan*, 2014, 5, p. 18–22.
- 6 *Kazakhstanskaya pravda*, 2014, September, 14, p. 6.
- 7 Dzholdasbaeva G.U. *Ways to improve the competitiveness of oil and gas complex at the expense of diversification and restructuring: theory, practice, priorities (on the example of the Republic of Kazakhstan)*, monograph, Almaty: Economics, 2012, 312 p.
- 8 Egorov O.I., Chigarkina O.A., Baimukhanov A.S. *Oil and gas complex of Kazakhstan: problems of development and effective functioning*, Almaty: Poligrafkombinat Corporation «Atamura» of the Republic of Kazakhstan, 2003, 536 p.
- 9 Karenov R.S. *Priorities of the strategy of industrial-innovative development of the mining industry of Kazakhstan*, Astana: Publisher KazUEFMT, 2010, p. 539.
- 10 Koshim A.G. *Status and ecological problems of the oil industry in the Caspian region*, XXVII Plenum geomorphological Commission of the Russian Academy of Sciences: proceedings of the International conference, Tomsk: Tomsk State University, 2003, p. 272–274.
- 11 Koshim A.G., Sakiev K. *Industry of Kazakhstan*, 2011, 4 (67), p. 22–25.
- 12 *Industry of Kazakhstan*, 2014, 5 (86), p. 40–45.
- 13 Medieva G. *Kazakhstanskaya pravda*, 2014, October, 15, p. 5.
- 14 Konyrova K. *Kazakhstanskaya pravda*, 2014, January, 9, p. 1–2.
- 15 Butyrina E. *Panorama*, 22, June, 13, 2014, p. 6.
- 16 Karabalin U. *Kazakhstanskaya pravda*, 2014, December, 19, p. 12.
- 17 Chigarkina O.A., Dzholdasbaeva G.U. *Economics: strategy and practice*, 2014, 4 (32), p. 14–19.
- 18 Porter Michael E. *Competition: tutorial: TRANS. from English*, Moscow: Publ. house «Williams», 2000, 495 p.
- 19 Sabden O., Egorov O. *Kazakhstanskaya pravda*, 2014, August, 8, p. 6.
- 20 Orzbaeva K., Utenova B., Kursina M. *Kazakhstan's industry*, 2014, 4 (85), p. 20–22.
- 21 Tulesheva G. *Kazakhstanskaya pravda*, 2014, October, 22, p. 7.
- 22 Butyrina E. *Panorama*, 2014, 44, November, 14, p. 6.
- 23 Ibid.
- 24 Saudegerova D. *Kazakhstanskaya pravda*, 2014, August, 28, p. 5.

Ж.М.Шаекина, Д.Г.Мамраева, Л.В.Ташенова

Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букетова  
(E-mail: dina2307@mail.ru)

## Исследование патентной активности регионов Казахстана

В статье с помощью метода кластерного анализа отражена дифференциация регионов Казахстана по патентной активности. Многомерная классификация регионов Казахстана проведена с использованием таких показателей патентной активности субъектов изобретательского рынка, как количество выданных охранных документов на изобретения, полезные модели, промышленные образцы, селекционные достижения, товарные знаки. В результате анализа получено 5 кластеров. Кластерный анализ позволил классифицировать регионы Казахстана с учетом признаков, отражающих сущность, природу рынка инноваций, что привело к углублению знаний о совокупности классифицируемых регионов по уровню изобретательской активности.

*Ключевые слова:* патентная активность, кластерный анализ, изобретения, полезные модели, промышленные образцы, селекционные достижения, товарные знаки, инновационное развитие.

Согласно данным Национального института интеллектуальной собственности (НИИС) в период с 1992 по 2013 гг. было подано 37996 заявок на выдачу охранных документов на изобретения. От национальных изобретателей за анализируемый период поступило 32692 заявки, что составляет 86 % от общего их числа, соответственно от иностранных изобретателей — 5304 заявки (14 %) [1].

Наибольшая изобретательская активность в региональном разрезе Республики Казахстан наблюдается в городе Алматы. Так, за период с 1992 по 2013 гг. было подано 15692 заявки (48 %). За алмадинскими изобретателями следуют изобретатели Карагандинской, Восточно-Казахстанской, Южно-Казахстанской областей и г. Астаны, удельный вес которых составляет 10 %, 8 %, 7 % и 7 % соответственно. Остальные регионы Казахстана по уровню изобретательской активности составляют менее 5 % (рис. 1).

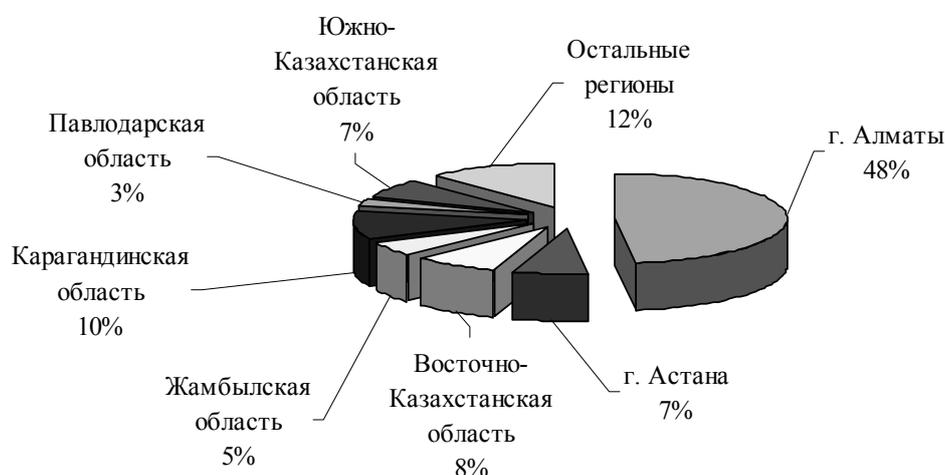


Рисунок 1. Распределение по регионам поступивших от национальных заявителей заявок на выдачу охранных документов на изобретения за 1992–2013 гг., % (сост. авторами по данным НИИС)

Особое место в анализе развития регионального рынка изобретений занимает анализ региональной дифференциации по патентной активности. Для данного анализа использован метод группировки, с помощью которого вся совокупность региональных субъектов разбита на несколько однородных групп.

Формирование групп регионов с разными значениями показателей патентной активности проведено с использованием кластерного анализа. *Cluster* — скопление, группа элементов, характеризующихся каким-либо общим свойством. В основе данного метода лежит совокупность данных, характеризующих изучаемые объекты по ряду признаков. В основе метода кластерного анализа заложен про-

цесс естественного расслоения объектов на четко выраженные кластеры, расположенные друг от друга на определенном расстоянии [2].

Кластерный анализ позволяет решить следующие задачи экономико-статистического исследования: сформировать однородные совокупности, выбрать существенные признаки, выделить типичные группы. Алгоритм кластерного анализа основывается на расчете матрицы расстояний. В настоящей статье для расчета матрицы расстояний было использовано обычное Евклидово расстояние.

Официальная статистика не содержит полных сведений, характеризующих объемы, динамику и направления развития региональных рынков интеллектуальной собственности РК. Только анализ имеющихся публикаций о патентной активности по субъектам Республики Казахстан позволяет произвести классификацию регионов по занимаемому месту на исследуемом рынке.

С помощью кластерного анализа проведена классификация регионов Казахстана по инновационной активности. Многомерная классификация регионов Казахстана проведена с использованием таких показателей патентной активности субъектов рынка за 2013 г., как количество выданных охранных документов на изобретения, полезные модели, промышленные образцы, селекционные достижения, на товарные знаки (табл.) [3].

Т а б л и ц а

**Распределение по областям выданных от национальных заявителей охранных документов на объекты промышленной собственности за 2013 г.**

№ п/п	Регион	Количество выданных охранных документов				
		на изобретения	на полезные модели	на промышленные образцы	на селекционные достижения	на товарные знаки
1	г. Алматы	630	42	43	26	683
2	Алматинская обл.	41	3	4	31	83
3	г. Астана	143	15	13	2	136
4	Акмолинская обл.	20	1	0	13	11
5	Актюбинская обл.	5	4	0	12	42
6	Атырауская обл.	3	2	0	0	8
7	Восточно-Казахстанская обл.	58	9	1	0	40
8	Жамбылская обл.	104	1	0	0	25
9	Западно-Казахстанская обл.	6	1	3	7	9
10	Карагандинская обл.	97	6	5	0	40
11	Костанайская обл.	47	3	3	12	58
12	Кызылординская обл.	6	2	0	1	5
13	Мангистауская обл.	6	4	0	1	9
14	Павлодарская обл.	53	2	0	3	14
15	Северо-Казахстанская обл.	19	3	16	3	35
16	Южно-Казахстанская обл.	81	0	8	11	50
Всего		1319	98	96	122	1248

*Примечание.* Составлено авторами по данным НИИС.

Для анализа было отобрано 15 регионов Республики Казахстан, при этом из выборочной совокупности был исключен город Алматы, так как он существенно превосходит остальные по анализируемым показателям.

В результате многомерной классификации было получено 5 кластеров (рис. 2):

- первый объединил 7 областей — Карагандинскую, Алматинскую, Восточно-Казахстанскую, Жамбылскую, Костанайскую, Павлодарскую, Южно-Казахстанскую;
- второй кластер представлен Акмолинской областью;
- в третий включены 4 области — Атырауская, Мангистауская, Кызылординская и Западно-Казахстанская;
- четвертый кластер объединил Актюбинскую область с Северо-Казахстанской;
- пятый кластер по уровню патентной активности представлен городом Астана.

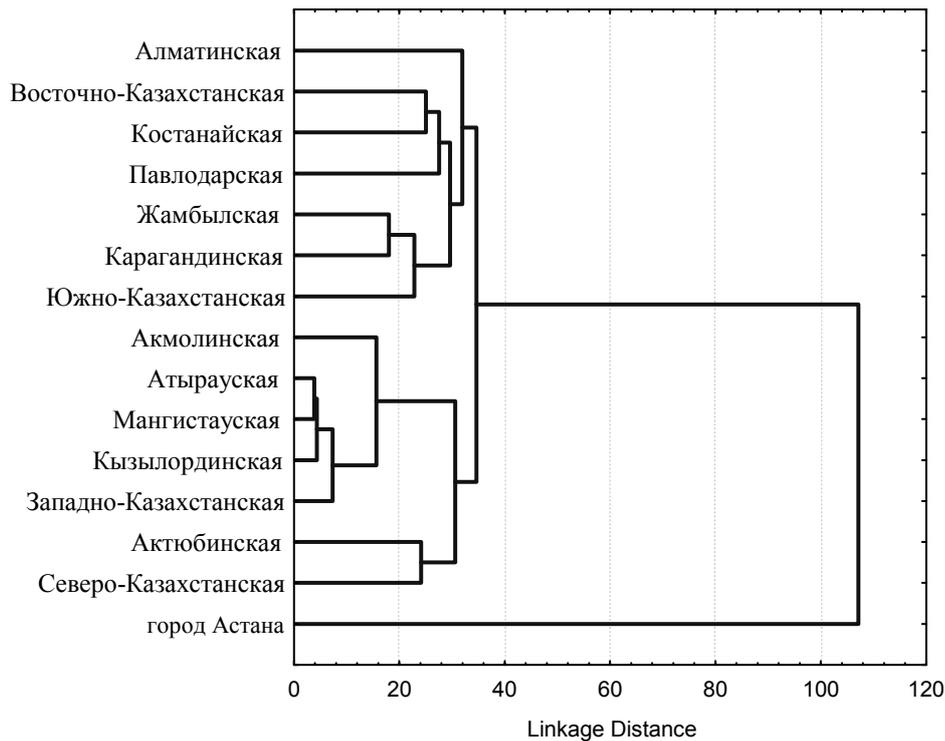


Рисунок 2. Дендограмма регионов РК по уровню инновационной активности (сост. авторами по данным НИИС с помощью пакета прикладных программ Statistica 6.0.)

Анализируя полученную классификацию, можно отметить, что пятый кластер, представленный городом Астана, является наиболее мощным.

Первый кластер также объединяет регионы с высоким уровнем патентной активности. Показатели по регионам данного кластера превосходят соответствующие данные регионов, входящих в третий кластер, в среднем в 3,5 раза, во второй — в 2,8 раза, в четвертый — в 2 раза. Это свидетельствует о стремлении регионов первого кластера к инновационному развитию и, как следствие, к росту инвестиционной привлекательности. Так, средний объем выданных свидетельств на товарные знаки и знаки обслуживания анализируемого кластера составил 44 шт., количество выданных патентов на изобретения — 69, на полезные модели — 4, на промышленные образцы — 3, на селекционные достижения — 8.

Регионы второго и третьего кластеров имеют существенно меньшие значения рассматриваемых показателей, что указывает на их низкую патентную активность. Как показывают исследования, в данных регионах практически не изобретаются промышленные образцы и полезные модели, что в будущем, несомненно, сыграет свою отрицательную роль и негативно отразится на их инновационном развитии.

Кластерный анализ позволил решить следующие задачи:

- классифицировать регионы РК с учетом признаков, отражающих сущность, природу рынка инноваций, что привело к углублению знаний о совокупности классифицируемых регионов по уровню изобретательской активности;
- построить новую классификацию регионов Республики Казахстан по уровню патентной активности и установить наличие связей внутри выбранной совокупности.

По опыту многих стран мира Казахстаном было определено долгосрочное видение и план дальнейших действий в сфере инноваций. Следующий этап инновационной политики Казахстана получил отражение в Концепции инновационного развития до 2020 г., принятой Указом Главы государства в июне 2013 г. [4].

Цель Концепции созвучна со Стратегией «Казахстан – 2050»: новый политический курс состоявшегося государства» и ориентирована на содействие вхождению Казахстана в число 30-ти конкурентоспособных стран мира на основе развития новых технологий и услуг, что позволит обеспечить переход от сырьевого к инновационному типу экономики.

Достижение данной цели предполагается через решение таких задач, как: способствовать генерации инноваций в Казахстане; дальнейшее развитие ведущих инновационных кластеров; определение сценария развития перспективных технологических направлений; обеспечение усиления региональных инновационных систем; использование сырьевого потенциала страны для привлечения новейших технологий и создания высокотехнологических производств.

Концепция будет реализована в два этапа, ожидаемый результат отражен в 21 индикаторе. Концепция инновационного развития Республики Казахстан до 2020 г. предусматривает ряд конкретных мер, направленных на стимулирование инновационной деятельности и формирование инновационной среды.

В частности, будет продолжена системная работа по повышению эффективности инструментов поддержки инновационной деятельности. Будет разработана методика формирования региональных инновационных систем, включающая как действующие, так и новые инструменты государственной поддержки на республиканском и региональных уровнях. Также в каждом регионе Казахстана для поддержки инноваций будут созданы региональные институты развития (офисы инноваций), в том числе на базе технологических парков.

Будет разработан и принят комплекс мер по привлечению ученых и менеджеров с мировым именем и содействию возвращению ученых — соотечественников, работающих за рубежом. Планируется разработка системы рисков государственного финансирования инновационных проектов. Будет расширено инвестирование рискованных проектов и венчурного капитала. Кроме того, с целью повышения спроса на инновации будет усовершенствована нормативная правовая база в области регулирования государственных закупок, будут пересмотрены правила закупок национальных холдингов и компаний.

Дополнительными стимулирующими факторами развития инноваций станет принятие специального комплекса мер по развитию инновационного местного содержания, построение эффективной системы технического регулирования и стандартов, реализация стратегии международного сотрудничества, создание совместных центров трансфера технологий, а также дальнейшее развитие инновационной инфраструктуры.

Таким образом, реализация названных выше ключевых мер в области технологического и инновационного развития является важнейшим фактором обеспечения достижения планов социально-экономического развития нашей страны до 2020 г.

#### Список литературы

- 1 Официальный сайт РГП «Национальный институт интеллектуальной собственности». — [ЭР]. Режим доступа: <http://kazpatent.kz>. (дата обращения: 08.04.2015).
- 2 *Мандель И.Д.* Кластерный анализ. — М.: Финансы и статистика, 2003. — 176 с.
- 3 Годовой отчет Национального института интеллектуальной собственности Комитета по правам интеллектуальной собственности Министерства юстиции Республики Казахстан / Под ред. С.Е.Бекенова. — Астана: ПТ «Астана», 2014. — 101 с.
- 4 Концепция инновационного развития Республики Казахстан до 2020 г., утвержденная Указом Президента Республики Казахстан от 4 июня 2013 г. № 579. — [ЭР]. Режим доступа: <http://akorda.kz> — официальный сайт Президента Республики Казахстан (дата обращения: 03.03.2015).

Ж.М.Шаекина, Д.Г.Мамраева, Л.В.Ташенова

### Қазақстан аймақтарының патенттік белсенділігін зерттеу

Мақалада кластерлі талдау көмегімен Қазақстан аймақтарының патенттік белсенділік бойынша саралануы көрсетілген. Қазақстан аймақтарының көпөлшемді жіктелуі өнертапқыштық нарықтың өнертабысқа берілген қорғаныш құжаттарының саны, пайдалы модельдер, өнеркәсіптік үлгілер, сұрыптау жетістіктері, тауарлық белгілер сияқты патенттік белсенділік көрсеткіштерін қолданумен жүргізілді. Талдау нәтижесінде 5 кластер анықталды. Кластерлі талдау Қазақстан аймақтарын инновация нарығының мәнін, табиғатын ашатын белгілерді есепке ала отырып жіктеуге мүмкіндік беріп, өнертапқыштық белсенділік деңгейі бойынша жіктелетін аймақтар жиынтығы бойынша білімнің терендеуіне әкелді.

Zh.M.Shayekina, D.G.Mamrayeva, L.V.Tashenova

## The research of patent activity of Kazakhstan's regions

In the article by the method of cluster analysis reflected the differentiation of regions of Kazakhstan by patent activity. Multidimensional classification of regions of Kazakhstan is carried out by using such indicators of patent activity of subjects of the market as a number of inventive security documents were issued for inventions, utility models, industrial designs, selection achievements, trademarks. As a result of analysis we obtained five clusters. Cluster analysis was allowed to classify the regions of Kazakhstan taking into account features that reflect the essence, the nature of the market for innovation, which has led to better knowledge of the totality of classified regions in terms of inventive activity.

### References

- 1 *Official website of the JSC National Agency for technological development*, [ER]. Access mode: <http://kazpatent.kz> (date accessed: 08.04.2015).
- 2 Mandel' I.D. *Cluster analysis*, Moscow: Finance and Statistica, 2003, 176 p.
- 3 *Annual report of the «National institute of the intellectual property» of the Committee on Intellectual Property Rights of the Ministry of Justice of the Republic of Kazakhstan*, edit. by S.E.Bekenov, Astana: PT «Astana», 2014, 101 p.
- 4 *The concept of innovation development of Kazakhstan till 2020, approved by the Decree of the President of the Republic of Kazakhstan from June 4, 2013 № 579*, [ER]. Access mode: <http://akorda.kz> — official site of the President of the Republic of Kazakhstan (date accessed: 03.03.2015).

A.T.Tleuberdinova, D.M.Ussenova

*Ye.A.Buketov Karaganda State University  
(E-mail: tat404@mail.ru)*

## **Theoretical foundation of formation and development of hospitality industry**

The aim of the article is to research the theoretical foundations of the formation of the hospitality industry. Theoretical and methodological basis of the research were the works of domestic and foreign scientists who deal with the problems of the hospitality industry. In the article were used monographic, abstract and logistics research methods, which are conducted on the basis of a bibliographic review of the extent of a problem, clarify the content of term «hospitality.» The result of research identified the need to consider internal and external factors of the formation of the hospitality industry in the selection of its development strategy, given rationale for the selection of internal factors. The obtained results can be used in the practice of hotel enterprises and the organization of hospitality industry, in the formation of educational training programs for specialists of tourism industry and teaching such subjects as «Hospitality», «Organization and planning of tourism activities».

*Key words:* hospitality industry, tourism industry, tourism services, hotel services, hotel product, the area of accommodation, external factors of hospitality industry, internal factors of hospitality industry, competitive strategy, seasonality.

The hospitality industry, which is one of the largest sectors in the world economy is currently booming. Simultaneously with increasing of total number of tourists was a noticeable development of tourism infrastructure and its main components has a noticeable development of hotel industry, striving to get their share of business. Therefore, issues related to the provision of tourism accommodation facilities is one of the main tourism activity.

Hotel service industry is an important part of the entire services sector, which is a collection of activities to serve the population.

The hotel service industry plays an important role in society, providing opportunities for business meetings, meetings, conferences, as well as for recreation and entertainment.

Currently, tourism has taken a giant leap to become one of the largest and most profitable sectors of the global economy.

The increase of total tourist's number has had a significant impact on the development of tourism infrastructure and its main component — the hospitality industry, seeking to get their share of business and tries to persuade customers to purchase their hotel services provided. In international practice hospitality industry is one of the most profitable.

In the field of accommodation and catering it has been formed a giant hotel and restaurant chains, travel agencies have identified a number of tour operators that have established control over the main markets for tourism product and market of air traffic had been divided among the leading airlines in the world.

The hospitality industry — is a powerful system of the country's economy and an important component of the tourism industry. Hospitality industries are various accommodation facilities: hotels, motels, youth hostels and hotels, tourist forms, as well as the private sector involved in the tourist accommodation.

In economic literature, the hospitality industry is considered in relation to services, hospitality, and as a component element in tourism development.

The hotel industry as an economic activity includes the provision and organization of short-stay accommodation in hotels, motels, campgrounds, hotels and other accommodation facilities for a fee.

Hospitality — one of the fundamental concepts of human civilization is now under the influence of scientific and technological progress has become a powerful industry that employs millions of professionals, creating warmth and comfort for the benefit of people. The hospitality industry brings together different professional fields of human activity: tourism, hotel and restaurant business, catering, leisure and entertainment, seminars, conferences and exhibitions, sports, museum and exhibition, sightseeing activities, as well as the scope of professional education in hospitality.

The global hotel industry today is a global-scale holistic, integrated and dynamic service industry, which is based entirely on the principles of the market economy, the objective laws of the international division of labor and the internationalization of production.

On this basis, it is legitimate to allocate the hotel industry or the hotel business as the largest component of a comprehensive tourism and hospitality industry, and to consider its own, largely from as a single tourism and hospitality.

Study aspects of the formation and development of hotel business put forward the need to identify the economic substance and nature of concepts such as «hotel services».

Present time one of the most important factors of ensuring country attraction, including investment, becomes development of tourism sphere, specifically, hospitality industry.

Hospitality sphere is a major factor and tourism foundation. The «hospitality» notion is as old as human civilization. It is interesting that English word «hospitality» comes from Old French «hospice» that means a place where travelers could get shelter and food. Paronymous words are «host», «hostel». The most famous establishment of such type was Hospice de Beaune in Burgundy built in 1443 and, famous as Hotel Dieu that means «House of God» [1].

The term «hospitality» in everyday understanding is defined as sympathy to a guest but economic meaning of the definition has more difficult character, in connection with it, specialists have some differences in comprehension of hospitality industry content (table).

According to M.Webster's glossary, «hospitality industry is a sphere of entrepreneurship consisting of such kind of services which are based on principles of hospitality characterized with generosity and friendliness to guests» [2].

G.A.Yakovlev, sharing this opinion, unveils the hospitality essence with the following definition: «Hospitality is what creates guest's (client's) view of enterprise (hotel, restaurant, café, tourist's enterprise etc.), rendered services, benevolent attitude as of one of the best in this sphere» [3; 12].

Table

The definition of the term «hospitality industry» review

The meaning of the definition	Supporters of this approach
Scope of activity connected with a kind attitude of hospitality service	M.Webster [2], G.A.Yakovlev [3]
Joint activity of the sphere of accommodation and the sphere of food	Ph.Kotler, J.Bowen, J.Makens [4], J.R.Walker [1], V.A.Kvartalnov [5],
Activity of hotel industry	V.A.Kvartalnov, I.V.Zorin [6],
Joint activity of different areas directed to satisfying tourist's needs	E.A.Dzhandzhugazova [7], Robert A.Brymer [8], D.I.Yelkanova, D.A.Osipov, V.V.Romanov, Ye.V.Sorokina [9], T.A.Frolova [10],

Foreign researchers P.Kotler, J.Bowen, J.Makens denominate the hospitality industry as the main part in the tourism sector and point at inseparable connection with travelling. These authors in their work identify the hospitality industry with the sphere of hotel and restaurant business [4; 9]. J.Walker has the same meaning; in his works the researcher specifies the hospitality as the sphere combining tourism, hotel and restaurant business [1; 92].

Hospitality is considered as a branch uniting two spheres as hotel and restaurant business in V.A.Kvartalnov's work, the author takes them to the main part of tourism industry along with entertainment industry identifying them as a leading factor and base of tourism [5; 92–94]. Whereas I.V.Zorin and V.A.Kvartalnov in their collective work define the hospitality industry as an activity of hotel complex [6; 40].

Another researcher Yu.F.Volkov also attends hotel industry in tourism industry and hotel services defining hotel industry as a separate sphere in tourism business development [11, 53].

Most of specialists agree that hospitality industry is co-operative activity of different spheres purposed to satisfy different tourist's needs. For instance, E.A.Dzhandzhugazova understands the hospitality industry as a difficult complex sphere of professional activity of people, whose efforts directed to satisfy clients' (guests') different needs such as tourists' and local inhabitants [7, 32]. The followers of such approach are A.Robert [8], D.I.Yelkanova, D.A.Osipov, V.V.Romanov, Y.V.Sorokina [9], T.A.Frolova [10].

Thus, it should be mentioned, that present time there is no one approach to define the term «hospitality industry». In professional literature the researchers in the tourism sphere and hotel business interpret this notion in different ways.

In our view, the complication of the «hospitality industry» definition is connected with the scale of this sphere characterized with a huge amount of its components, representing different areas and parts of the service sphere. In addition, the system of interactions presenting between hospitality industry and other industries should be considered.

Conducted research founds the conclusion that the term hospitality has double meaning: on the one hand, it is a well-wishing attitude to a guest and, on the other hand, it is a co-operative activity enterprises of different spheres aimed at getting profit by satisfying client's needs.

In our opinion, the hospitality industry should be considered as an integrated field including complex of enterprises in the service sphere which function specifically, based on hospitality principles directed to satisfying different needs of consumers. On the assumption of such understanding, composing parts of hospitality industry should be marked out: accommodation, food, transport, entertainment and leisure, trade.

It is fair to think that predominate position in the hospitality industry takes hotel business. And hotel business is treated as hotel industry in many works of specialists [12; 24, 13; 34].

As L.P.Shmatko mentions: «Hotel industry is a hospitality system. It comes from an ancient tradition inherent almost in every social structure within the human history — regard, paid to a guest, welcome and service» [14; 85, 86].

Other Russian economists Chudnovsky A.D., Senin V.S. define the hotel industry as a type of economic activity including rendering the hotel services and offering a short-term placing in hotels, camping, motels, school and student hostels, houses for visitors etc. for a fee [15; 204, 16; 45–48]. Kuskov A.S. adds restaurant services to the hotel industry [17; 54].

Thereby hotel industry or hotel business should be separated as a large complex part of tourism and hospitality industries and examine it separately.

Individual researchers emphasize such term as hotel service industry. So, Volkov Y.F. defines hotel service industry as «an important composite part of whole sphere of service and totality of kinds of activities directed to populace servicing. Hotel enterprise offers its customers the product as a service» [11, 54].

In our opinion, there is no important difference between hotel service industry and hotel industry that is why one term should be consolidated, that is hotel industry determining it as a main sector of hospitality and tourism industry development.

Various experts' analysis of above mentioned definitions and our understanding of research subject allow to allocate a number of points which are definitely important for explication of the hospitality industry notion and determining its place among other economic categories:

- hospitality industry is a complex activity of various sectors, aimed at comprehensive meet the tourist's diverse needs;
- hospitality industry involves friendly attitude to the tourists, and accordingly, offering a wide range of high quality services;
- there are differences in the sense of hospitality, and therefore in an essential component of the list of services due to existing differences in mentality of various nations.

We have developed a scheme of external and internal factors of the hospitality industry basing on the conducted survey of the theoretical calculations of the research results of various experts (fig.).

The development of effective competitive strategy is built on the results of a survey of managements factors.

There is no doubt that there is an influence of external factors such as socio-demographic, financial, economic, political and legal, technological, infrastructure and communication, culture. An important factors for tourists are safety of traveling and intermediary, trade organizations, providing additional services and tour arrangements.

In addition to external factors determining the development of international tourism, it is necessary to identify and specify rather large group of intrasectoral factors which include: hotel product improvement; development of the sphere of hotel services; creation of hotel networks and associations; development of distribution systems; factor of labour resources; marketing factors.

An important factor influencing the hospitality industry is the hotel product. In this regard, a lot of attention is paid to quality and further modernization of hotel product.

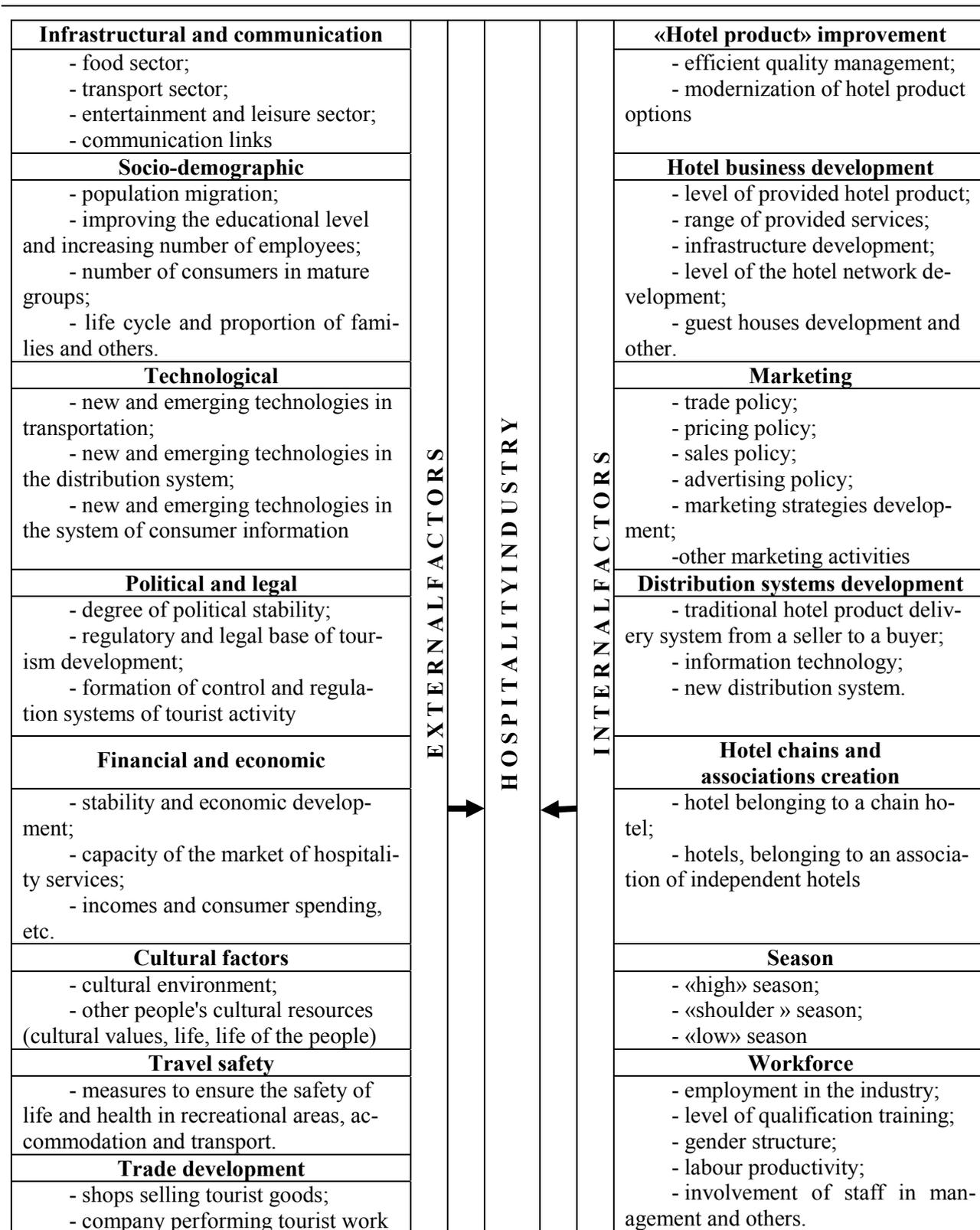


Figure. External and internal factors of hospitality industry development

It should be remembered that consumers and producers of tourism services have different perceptions of tourism product.

If tourist product for consumer is a complex service, a set of services sold to tourists in a single package, then the manufacturer — tourist enterprise — a particular type of services, an integral part of the package. Tourists understand the tourism product much wider than manufacturers. In addition, buying tours, they

really look for quite different from a simple set of services. Some people, going on vacation, buy a ticket to the resort to relax and regenerate physical strength. Others go to business for negotiations and contracting. Consequently, it is necessary to offer tourists not only products in the classic sense of the word, which are the object of trade deals, and new experience, adventures, opportunity of business expansion, etc. Therefore, the hospitality industry can be called industry of impressions. Tourist impressions depend on the work of the entire set of enterprises servicing visitors.

In addition, according to the results of long-term observations of experts UNWTO, the demand for the hospitality industry is estimated differently, depending on the specific factors. Thus, the demand for ethnic and business trips, not having an acceptable alternative for tourists, has a lower price elasticity than travel for the purpose of entertainment and recreation [18; 162]. It is explained with the fact that the trips with a purpose to explore ethnic materials and conduct business activities due to professional interests of tourists, the implementation of which requires the unconditional implementation of travelling plans, even with an increase in their value. Educational tourism, organized in order to explore, study, practice at any unique natural, historical, industrial objects, often has no alternative for the tourist. At the same time, types of mass tourism are characterized with high price elasticity. That is why, in our opinion, this feature should be considered while forming strategies for improving the hotel product and sphere of hotel services developing. Infrastructure objects designed to provide as normal life of travelers (accommodation service, food, transport) and specific recreational needs (treatment services, rehabilitation, excursions, cultural and personal services). Tourist in any conditions should feel familiar comfort, and this is possible only if there is developed infrastructure. The infrastructure should comply with intensities of usage. According to the World Tourism Organization, during a seven-day stay in a remote tourist visitor center 30–50 different companies were involved starting with travel agencies, specialized shops, insurance companies and, ending with souvenir shops, currency exchange, taxi and others [5; 71].

The tourist staff performs a function of traveler servicing and industrial and technological support of tourist enterprises.

Professionalism of the personnel, its sociability, affability create additional tourist satisfaction with provided services, create a generally favorable impression of the received services; satisfied consumers possibly repeat the tour, either by itself or tell about it to their friends, what will be an additional advertisement.

In accordance with current trends in the sphere of placement development, very important factors are creation of hotel networks and associations; development of distribution systems, providing additional serviceability and commitment to specific hotel chains, ensuring high quality of service.

A special place among the internal factors of the hospitality industry is given to factors of seasonal prevalence, which can be referred to a number of specific factors, as it requires careful attention and systematic research.

Seasonal factor has a very significant impact on the functioning of any accommodational enterprise, as hotels depend, first of all, on the capacity of tourist flows to destination. There are three groups of factors influencing the seasonal service: climatic; particular type of tourism; hospitality consumers' specifics of work and leisure [7; 12].

Currently, there is a tendency in reducing seasonal fluctuations in tourism services due to the rapid development of proposals relatively to demand, on the tourist market of economically developed countries.

Lengthening of the main tourist season has a strong influence on the work efficiency of the hospitality industry, since, firstly, a more full employment is provided and unemployment is liquidated; secondly, the «conservation» or reduction of material and technical base load leads to direct losses in the core business; thirdly, the level of main assets usage in different areas: transport, food, household facilities, etc. increases; fourthly, smoothing of seasonal fluctuations leads to a more rational usage of natural resources.

The valuation of development factors of the hospitality industry is not only informational base for strategic decision making and verifying the effectiveness of implementation, but also for developing of the hospitality industry. This aspect becomes especially relevant in the eve of EXPO — 2017 and Universiade in Kazakhstan.

Thus, the hospitality industry can play an important role in solving the problems of the output of the national economy to a new level, contributing to its restructuring that now has a crucial importance for Kazakhstan, because despite the huge recreational potential and the inflow of foreign tourists, the hotel industry is very far from the level of international standards.

## References

- 1 Уокер Дж.Р. Введение в гостеприимство: Учеб. пособие / Пер. с англ. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. — 607 с.
- 2 Уэбстер М. Английский толковый словарь. — [ЭР]. Режим доступа: <http://diskart.ru/webster.aspx?letter=72&page=1>
- 3 Яковлев Г.А. Экономика гостиничного хозяйства. — М.: Изд. РДЛ, 2005. — 224 с.
- 4 Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1998. — 787 с.
- 5 Квартальнов В.А. Туризм: Учебник. — М.: Финансы и статистика, 2003. — 320 с.
- 6 Квартальнов В.А., Зорин И.В. Туризм как вид деятельности. — М.: Финансы и статистика, 2003. — 360 с.
- 7 Джанджугазова Е.А. Маркетинг в индустрии гостеприимства: Учеб. пособие. — М.: Изд. центр «Академия», 2003. — 224 с.
- 8 Браймер Р.А. Основы управления в индустрии гостеприимства — М.: Аспект Пресс, 1995. — 382 с.
- 9 Елканова Д.И., Осипов Д.А., Романов В.В., Сорокина Е.В. Основы индустрии гостеприимства. — [ЭР]. Режим доступа: <http://www.e-reading.link/bookreader>.
- 10 Фролова Т.А. Экономика и управление в сфере социально-культурного сервиса и туризма. Конспект лекций. — Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2011.
- 11 Волков Ю.Ф. Гостиничный и туристский бизнес. — Ростов н/Д.: Феникс, 2009. — 637 с.
- 12 Енджейчик И. Современный туристский бизнес. Экстратегии в управлении фирмой / Пер. с польск. — М.: Финансы и статистика, 2003. — 320 с.
- 13 Ердавлетов С.Р. География туризма: история, теория и практика. — Алматы, 2000. — 242 с.
- 14 Туризм и гостиничное хозяйство: Учеб. пособие / Под ред. Л.П.Шматько. — М.: ИКЦ «Март», 2003. — С. 352.
- 15 Чудновский А.Д. Менеджмент туризма: Учебник. — М.: Финансы и статистика, 2002. — 285 с.
- 16 Сенин В.С. Организация международного туризма: Учебник для студ. вузов, обучающихся по спец. «Менеджмент». — М.: Финансы и статистика, 2003. — 400 с.
- 17 Кусков А.С. Гостиничное дело: Учеб. пособие. — М.: Изд.-торговая корпорация «Дашков и К», 2009. — 327 с.
- 18 Морозов М.А. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме: Учебник для студентов высш. учеб. заведений. — М.: Изд. центр «Академия», 2004. — 288 с.

А.Т.Тілеубердинова, Д.М.Үсенова

### **Қонақжайлық индустриясының құрылуы мен дамуының теориялық негіздері**

Жұмыс мақсаты қонақжайлық индустриясын құру кезіндегі теориялық негіздерді зерттеу болып табылады. Зерттеуге теориялық-әдістемелік негіз — қонақжайлық индустриясы дамуының мәселелерімен айналысатын отандық және шетел мамандарының еңбектері. Мақалада монографиялық, абстрактілі-логикалық әдістер қолданылған, солардың негізінде мәселенің құрылымдық деңгейіне библиографиялық шолу жүргізілген, «қонақжайлық индустриясы» түсінігінің мазмұны нақтыланған. Зерттеу нәтижесінде қонақжайлық индустриясының құрылуы кезінде, оған даму стратегиясын таңдау кезіндегі ішкі және сыртқы факторларды ескеру қажеттілігі аталып өтті, сондай-ақ таңдалған ішкі факторлар негізделді. Авторлар білім беру бағдарламасын құрастыру кезіндегі туристік саланың мамандарын даярлау және «Қонақ үй шаруашылығы», «Туристік қызметті ұйымдастыру және жоспарлау» пәндерін оқыту кезінде, қонақжайлық индустриясын ұйымдастыру кезіндегі орналастыру саласы кәсіпорындарының қызметтерінде қолдануды ұсынған.

А.Т.Тлеубердинова, Д.М.Усенова

### **Теоретические основы формирования и развития индустрии гостеприимства**

Целью работы является исследование теоретических основ формирования индустрии гостеприимства. Теоретико-методологической основой исследования послужили труды отечественных и зарубежных ученых по проблемам развития индустрии гостеприимства. В работе использовались монографический, абстрактно-логический методы исследований, на основе которых проведен библиографический обзор степени разработанности проблемы, уточнено содержание понятия «индустрия гостеприимства». В результате исследования определена необходимость учета внешних и внутренних факторов формирования индустрии гостеприимства при выборе стратегии ее развития, приведено обоснование выбора внутренних факторов. Полученные результаты могут быть использованы в практической деятельности предприятий сферы размещения, при организации индустрии гостеприимства, формировании образовательной программы подготовки специалистов туристской отрасли и в преподавании дисциплин «Гостиничное хозяйство», «Организация и планирование туристской деятельности».

## References

- 1 Walker J.R. *Introduction to hospitality*, tutorial, translation from English, Moscow: YUNITI-DANA, 2002, 607 p.
- 2 Webster M. *English dictionary*, [ER]. Access mode: <http://diskart.ru/webster.aspx?letter=72&page=1>
- 3 Yakovlev G.A. *Economy of hotel industry*, Moscow: Publ. house RDL, 2005, 224 p.
- 4 Kotler Ph., Bowen J., Makens J. *Marketing. Hospitality and tourism*, Moscow: YUNITI-DANA, 1998, 787 p.
- 5 Kwartalnov V.A. *Tourism*, Textbook, Moscow: Finance and statistics, 2003, 320 p.
- 6 Kwartalnov V.A., Zorin I.V. *Tourism as a type of activity*, Moscow: Finance and statistics, 2003, 360 p.
- 7 Dzhandzhugazova E.A. *Marketing in the Hospitality Industry*, tutorial, Moscow: PH «Academy», 2003, 224 p.
- 8 Brymer R.A. *Fundamentals of management in the Hospitality Industry*, Moscow: Aspect Press, 1995, 382 p.
- 9 Yelkanova D.I., Osipov D.A., Romanov V.V., Sorokina J.V. *Fundamentals of the Hospitality Industry*, [ER]. Access mode: <http://www.e-reading.link/bookreader>.
- 10 Frolova T.A. *Economics and management in the field of socio-cultural services and tourism*, Lecture notes, Taganrog: PH TTI JFU, 2011.
- 11 Volkov Yu.F. *Hotel & tourist business*, Rostov-on-Don: Phoenix, 2009, 637 p.
- 12 Yendzheichik I. *The modern tourism business. Ekostrategy in the management of the firm*: translation from Polish, Moscow: Finance & Statistic, 2003, 320 p.
- 13 Yerdavletov S.R. *Geography of tourism: history, theory and practice*, Almaty, 2000, 242 p.
- 14 *Tourism & Hotel Industry*, tutorial, edit. L.P.Shmatko, Moscow: IKC «March», 2003, 352 p.
- 15 Chudnovsky A.D. *Management of tourism*, textbook, Moscow: Finance and statistics, 2002, 85 p.
- 16 Senin V.S. *Organization of international tourism*, textbook for students of «Management» speciality, Moscow: Finance and statistics, 2003, 400 p.
- 17 Kuskov A.S. *Hospitality*, tutorial, Moscow: Publishing and trading Corporation «Dashkov & K», 2009, 327 p.
- 18 Morozov M.A. *Economy and Entrepreneurship in the socio-cultural services and tourism*, textbook for students, Moscow: Publ. Centre «Academy», 2004, 288 p.

Г.С.Каренова

Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза  
(E-mail: rkarenov@inbox.ru)

## Фундаментальные концепции управления затратами

Рассматриваются теоретические основы управления затратами. Описываются основные концепции управления затратами. Подчеркивается, что концепция затратнообразующих факторов с включением в число таковых структурных факторов как теоретическая основа управления затратами была сформулирована на Западе в 80-х годах XX столетия. Отмечается, что концепция цепочки ценностей исходит из необходимости выхода за пределы фирмы для эффективного управления затратами. Делается вывод, что одной из ключевых концепций в финансовом менеджменте является концепция альтернативных затрат. Уделяется внимание концепциям транзакционных издержек, системы ABC, стратегического позиционирования как новым и перспективным концепциям управления затратами.

*Ключевые слова:* управление затратами, этапы, концепция, факторы, добавленная стоимость, цепочка ценностей, альтернативные затраты, транзакционные издержки, система ABC, стратегия развития.

### *Управление затратами как составная часть системы управления предприятием и финансового менеджмента*

Управление затратами предприятия является составляющей системы управления предприятием в целом. Поэтому в общих чертах остановимся на некоторых аспектах управления предприятием, чтобы понять сущность управления затратами.

Управление — деятельность предприятия (организации), направленная на реализацию целей объекта управления при условии рационального использования имеющихся ресурсов.

Что касается сути управленческой деятельности, то, придерживаясь широко распространенной точки зрения, управление можно представить как реализацию функции планирования, контроля и регулирования, организационной работы, а также стимулирования. Процесс управления схематично изображен на рисунке 1.

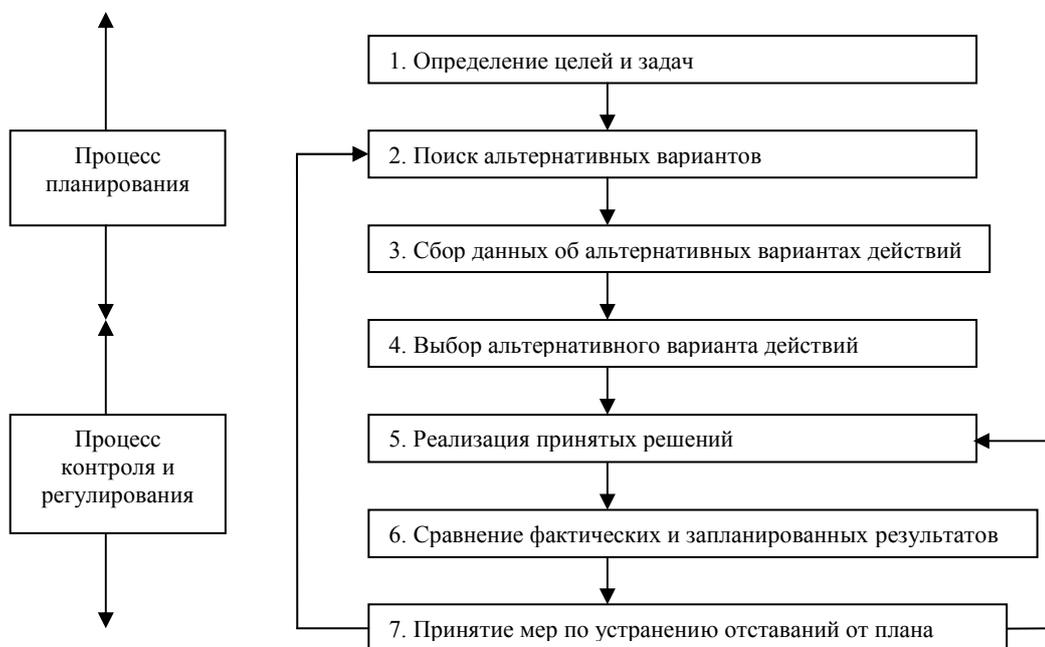


Рисунок 1. Процесс принятия решения, планирования, контроля и регулирования (данные работы [1; 8])

По существу, первые пять этапов представляют собой процесс принятия решения или планирования, конечный результат которого отражается на 5-м этапе — реализации принятого решения. Два последних этапа отражают процесс управления принятым решением, который складывается из оценки и корректировки фактических результатов с целью выполнения выбранного альтернативного варианта.

Кроме того, управление затратами — это составная часть финансового менеджмента, которая в ряде случаев рассматривается как самостоятельная теоретическая и практическая область знаний со своей концептуальной базой [2–4].

По мнению видного специалиста в области финансового менеджмента Г.И.Хотинской [5; 111], основными концепциями управления затратами являются:

- концепция затратнообразующих факторов;
- концепция добавленной стоимости;
- концепция цепочки ценностей;
- концепция альтернативности затрат;
- концепция транзакционных издержек;
- концепция ABC;
- концепция стратегического позиционирования.

#### *Концепция затратнообразующих факторов*

Данная концепция является традиционной для большинства видов предпринимательской деятельности. Форму концепции эта практика обрела в 80-е годы XX столетия в работах Шерера (Scherer, 1980), Остера (Oster, 1982), Каплана (Kaplan, 1982, 1987), Дикина и Махера (Deakin & Maher, 1984), Портера (Porter, 1985), Купера (Cooper, 1986) и Риле (Riley, 1987). В основе концепции лежат функциональные (операционные) и структурные затратнообразующие факторы [6; 27–29].

Функциональные (операционные) факторы связаны со способностью компании успешно функционировать. В числе функциональных факторов — все виды внутрифирменных ресурсов (мощностей) и эффективность их использования, а также вовлеченность рабочей силы в процесс постоянного усовершенствования, комплексное управление качеством, рациональность планировки, конфигурация проекта (расчета), использование связей с поставщиками и/или заказчиками в контексте цепочки затрат фирмы. Функциональные факторы соизмеряются (пропорционально) с показателями деятельности компании. В данном случае «больше» всегда означает «лучше»; примеры неэкономичности в такой ситуации весьма редки.

В числе структурных факторов — масштаб деятельности и объем инвестиций, горизонтальная и вертикальная интеграция, кривая опыта хозяйствующего субъекта, технологии, используемые на каждой стадии цепочки затрат, сложность, обусловленная широтой ассортимента изделий и услуг. Каждый из этих факторов подразумевает выбор компании, управляющей себестоимостью. При некоторых допущениях возможно определение влияния на затраты каждого такого фактора. Структурные факторы не соизмеряются пропорционально с показателями деятельности компании, т.е. для каждого из структурных факторов «больше» не всегда означает «лучше». Например, масштаб деятельности наряду с экономией может при определенных обстоятельствах превратиться в собственную противоположность, что связано с потерей управляемости компании.

Итак, концепция затратнообразующих факторов, с включением в число таких структурных факторов, как теоретическая основа управления затратами, была сформулирована на Западе в 80-х годах XX столетия.

До настоящего времени в практической области как на Западе, так и в странах СНГ рассматривается, главным образом, зависимость поведения затрат от функциональных (операционных) факторов. Это во многом объясняется консервативностью бухгалтерского учета и приверженностью аналитиков к традиционным методам финансовых оценок. Однако в практике консалтинга в последние годы наблюдается рост интереса в направлении структурных затратнообразующих факторов.

Очевидно, что структурные затратнообразующие факторы влияют на общий уровень затрат не столько в учетном бухгалтерском, сколько в экономическом смысле. Эффект оптимизации в данном случае достигается не в результате изменения состава затрат, а за счет рационализации использования внутрихозяйственных ресурсов, повышения их оборачиваемости.

*Концепция добавленной стоимости*

Эта концепция также широко распространена в западной теории и практике. Наряду с изложенной выше концепцией она представляет современную традиционную парадигму управления затратами. В рамках концепции добавленной стоимости составляющие затрат рассматриваются на всех стадиях добавления стоимости, начиная с закупок сырья и материалов и заканчивая реализацией собственной продукции, работ и услуг. Ключевым моментом такого подхода к управлению затратами является максимизация разницы (добавленной стоимости) между закупками и реализацией. Соответственно, из сферы внимания аналитиков выпадает большая часть материальных затрат, что немаловажно для материалоемких отраслей [5; 112,113].

Думается, что такой подход сужает сферу влияния операционных расходов на затраты и аналитические оценки с этих позиций вряд ли могут быть исчерпывающими в материалоемких видах деятельности. Что же касается нематериалоемких услуг, в числе которых значительная часть бытовых услуг, то подход к анализу поведения затрат с позиции концепции добавленной стоимости может быть вполне оправданным.

*Концепция цепочки ценностей*

Она впервые была сформулирована Майклом Портером (Porter, 1985). Концепция исходит из необходимости выхода за пределы фирмы для эффективного управления затратами и переносит акцент в анализе затрат на процессы, происходящие за пределами фирмы.

В своей книге «Конкуренция» он отмечает: «Информационная технология изменяет способ осуществления деятельности компанией. Она влияет на весь процесс производства продукции. Более того, она меняет форму самой продукции, т.е. физическую сущность товаров, услуг и информации, предоставляемых компанией в целях создания потребительской ценности.

Важной концепцией, которая помогает определить роль информационной технологии в конкуренции, является цепочка ценности. Согласно этой концепции всю деятельность компании можно разделить на технологические и экономические отличающиеся виды деятельности, с помощью которых и выполняется коммерческая деятельность. Мы называем их ценными видами деятельности. Ценность компании измеряется той стоимостью, которую покупатели готовы заплатить за ее товары или услуги. Бизнес будет прибыльным, если ценность, которую он создает, превышает издержки, связанные с осуществлением всех видов деятельности» [7; 86].

По мнению Портера, конкурентные преимущества компании нельзя понять, изучая просто компанию в целом. Они формируются в ходе многосторонней деятельности компании — в процессе проектирования производства, маркетинга, доставки и при выполнении вспомогательных функций.

Каждый из этих видов деятельности может способствовать снижению относительных затрат компании и созданию базы для дифференциации.

Портер рассматривает общую цепочку ценностей в рамках того, что он называет системой стоимости. Это показано на рисунке 2.

В контексте конкуренции Портер определяет стоимость как сумму, которую покупатель согласен уплатить за то, что ему поставляют. Стоимость измеряется общей величиной дохода, которая зависит от цен и количества проданных товаров.

Каждый вид деятельности, создающий стоимость, включает:

- 1) закупленные компоненты;
- 2) человеческие ресурсы;
- 3) технологию в той или иной форме;
- 4) различные информационные потоки.

Деятельность по созданию стоимости можно разделить на две: основную и второстепенную [8; 221–223].

Основные виды деятельности показаны в нижней части рисунка 2 (результатом этой деятельности является физическое создание продукта, его продажа и доставка покупателю и на рынок):

- внутреннее обеспечение включает прием товаров, складирование, сортировку, обработку, резервное складирование, амортизацию, транспортировку и обратную доставку;
- изготовление включает все действия, которые превращают поток сырья в конечный продукт, т.е. механическую обработку, упаковку, сборку, установку и проверку;

- внешнее обеспечение включает действия, связанные с отправкой, складированием и физическим распределением товаров среди покупателей: обработка заказа, составление расписания, доставка, транспортировка и т.д.;
- маркетинг и продажа включают все действия, направленные на то, чтобы убедить покупателя принять продукт и уплатить за него. Сюда входят реклама, повышение товарооборота, персональная продажа, составление расценок, выбор каналов распределения и ценообразование;
- обслуживание включает все действия, направленные на сохранение и увеличение ценности поставляемого продукта. Это — монтаж, ремонт, обучение, производство запчастей и модификаций продукта.



Рисунок 2. Две диаграммы, составленные М.Портером, чтобы показать цепочку ценностей (данные работы [8; 222])

Второстепенные действия показаны на верхних четырех линиях рисунка. Это:

- 1) корпоративная структура, охватывающая такие действия, как менеджмент, планирование, финансы, бухгалтерский учет, юридическое обеспечение, связи с государственным сектором и управление качеством;
- 2) управление трудовыми ресурсами, которое включает найм, обучение и вознаграждение всех категорий персонала;
- 3) технологическое развитие, влияющее на все виды деятельности по созданию стоимости в области ноу-хау, технологических процедур и процессов;
- 4) закупки, связанные с поставками материалов, т.е. функции приобретения и обеспечения стратегического потока материалов.

По нашему мнению, в этой концепции имеется очевидное рациональное зерно, однако предлагаемые в ней подходы к управлению затратами труднореализуемы в отечественной хозяйственной среде из-за отсутствия необходимой информации.

#### *Концепция альтернативности затрат*

Одной из ключевых концепций в финансовом менеджменте является концепция альтернативных затрат, или затрат упущенных возможностей (opportunity cost). Смысл ее состоит в следующем. Принятие любого решения финансового характера в подавляющем большинстве случаев связано с отказом от какого-то альтернативного варианта. Например, можно осуществлять транспортировку произведенной продукции собственным транспортом, а можно прибегнуть к услугам специализированных организаций. В этом случае решение принимается в результате сравнения альтернативных затрат, выражаемых чаще всего в виде относительных показателей.

Концепция альтернативных затрат играет весьма важную роль в оценке вариантов возможного вложения капитала, использования производственных мощностей, выбора вариантов политики кредитования покупателей и др. Альтернативные затраты, называемые также ценой шанса, или ценой

упущенных возможностей, представляют собой доход, который могла бы получить компания, если бы предпочла иной вариант использования имевшихся у нее ресурсов [9; 68].

Действие данной концепции распространяется [5; 114]:

- на текущие операционные затраты, например, чтобы осуществить доставку собственным транспортом или воспользоваться услугами специализированных структур;
- на принятие финансовых решений текущего характера, например, в отношении управления дебиторской задолженностью; дебиторская задолженность равносильна омертвлению оборотных средств; альтернативой этому могло бы быть депонирование средств в банке и получение процентов по депозитам или приобретение краткосрочных финансовых активов; однако многие компании вынуждены поддерживать определенный уровень дебиторской задолженности, предоставляя покупателям право рассрочки платежей и стимулируя ускорение оплаты за товары, работы и услуги, проданные в кредит, ценовыми скидками для поддержания своего сбытового рынка;
- на организацию внутрифирменного управления, в частности, на создание системы управленческого контроля; любая система контроля связана с затратами, которых в принципе можно избежать; с другой стороны, отсутствие систематизированного контроля может привести к гораздо большим потерям;
- на принятие и проведение инвестиционных решений, например, при оценке вариантов возможного вложения капитала.

Следует отметить, что расчет альтернативных затрат субъективен во всех отношениях. Так, в некоторых ситуациях альтернативные затраты приходится считать различными способами, при этом совпадение результатов расчетов достигается лишь теоретически.

#### *Концепция транзакционных издержек*

В последние годы наряду с производственными издержками значительное внимание исследователей обращено на проблему транзакционных издержек.

В теории важное значение имеет установление границ действия рыночных отношений. При рассмотрении этого вопроса определяющим условием является формирование издержек в сфере обмена. Потери, связанные с реализацией и потреблением товаров в рыночных условиях, К.Маркс называл чистыми издержками. В западной экономической литературе издержки в сфере обмена получили название «транзакционные издержки».

В экономической литературе дается следующее определение: «Транзакционные издержки — это издержки в сфере обмена, связанные с передачей прав собственности» [10; 408].

Концептуально транзакционные издержки вызревали в 30-е годы XX столетия в рамках «нового институционализма». Впервые это понятие ввел американский экономист Рональд Коуз. В качестве самостоятельной темы проблематика транзакционных издержек заявляет о себе в 60–70-е годы в США и Западной Европе.

Концептуальным зерном транзакционных издержек является тот факт, что в любой экономике есть два вида издержек: производственные (операционные) и транзакционные.

Базовой единицей в теории транзакционных издержек признается акт экономического взаимодействия, сделка, транзакция. Категория транзакции понимается предельно широко и используется для обозначения обмена товарами, юридическими обязательствами, сделками краткосрочного и долговременного характера, требующими детального документального оформления и предполагающими простое взаимопонимание сторон. Затраты и потери, которыми может сопровождаться такое взаимодействие, получили название транзакционных издержек [11; 64, 65].

Транзакционные издержки включают издержки сбора и переработки информации, проведения переговоров и принятия решений, контроля за соблюдением контрактов и принуждения к их выполнению.

#### *Концепция ABC*

Коротко методологию системы ABC можно определить следующим образом [12; 192, 193]:

а) в отличие от традиционных методов учета, базирующихся на положении о том, что выпускаемая продукция потребляет ресурсы, система ABC основана на принципе: продукция потребляет виды деятельности, а производственная деятельность потребляет ресурсы;

б) для определения стоимости выявляются формирующие затраты факторы (так называемые кост-драйверы — от англ. *cost drivers*), которые связывают конкретные виды деятельности и соответствующие затраты, а также выступают мерилем деятельности, поскольку затраты изменяются пропорционально масштабу деятельности;

в) на основе факторов, формирующих затраты, ресурсы распределяют между центрами производственной деятельности, а затем относят на конкретные изделия.

Для создания системы ABC хозяйственные операции разграничивают в зависимости от того, осуществляются они на уровне единицы изделия (обработка), или партии изделий (транспортировка, наладка оборудования и т.п.), или определенного вида продукции (поддержание технических условий производства, изменение проектной документации и т.п.), или производства в целом (управление, эксплуатация зданий и т.п.). Далее выделяют переменные затраты (краткосрочные и долгосрочные) и определяют издержки, зависящие и не зависящие от объемов производства.

Краткосрочные переменные затраты относят на изделие пропорционально объему производства (материалы, заработная плата) и времени работы оборудования.

Затраты, которые в традиционных системах учета считаются постоянными, в системе ABC рассматриваются как долгосрочные переменные. Например, затраты, связанные с обслуживанием производства, созданием условий производства, изменяются пропорционально количеству партий изделий, количеству заказов и т.п.

Система ABC обеспечивает учет затрат по каждому виду продукции на каждом этапе производственного процесса. Она закладывает основу для управления затратами по производственным центрам, итогового анализа себестоимости конкретных изделий. Как показал опыт ее внедрения, достоверное определение себестоимости конкретных изделий значительно повышает объективность оценки рентабельности продукции. Дело в том, что традиционные методы распределения накладных расходов способны исказить рентабельность. Они не отражают роста затрат по продукции, производимой мелкими партиями, поскольку на них списывается меньшая доля накладных расходов. И наоборот, изделия, производимые в больших объемах, принимают на себя большую долю накладных расходов и получаются менее рентабельными.

Введение системы ABC также ведет к сокращению продолжительности производственного процесса в результате управления теми видами деятельности, которые не повышают ценности изделия (транспортировка, складирование, сортировка и т.п.).

#### *Концепция стратегического позиционирования*

Ключевой идеей концепции является включение в сферу управленческого учета и анализа затрат подробной информации о стратегическом развитии компании, отрасли и экономики в целом [5; 117].

Традиционно учет и анализ затрат рассматриваются с позиции оценки отраженных в бухгалтерском учете хозяйственных операций, осуществленных в результате альтернативных управленческих решений. Однако учет не является самоцелью, а служит средством для достижения успеха в бизнесе. Поэтому оценку принятым в компании системе и методологии учета следует давать с позиции их соответствия или несоответствия принятой стратегии развития.

Известно, что компания может выдерживать конкуренцию, либо поддерживая низкие затраты (лидерство на основе затрат), либо предлагая превосходящую конкурентов продукцию (услуги). Эти две принципиально различающиеся стратегии представляют интерес не только в рамках стратегического менеджмента, они предполагают различные перспективы анализа затрат и управления затратами. Информация об издержках в той или иной форме важна для всех компаний, но различные стратегии требуют разных взглядов на затраты.

#### Список литературы

- 1 Трубочкина М.И. Управление затратами предприятия. — М.: ИНФРА – М, 2005. — 218 с.
- 2 Шим Джей К., Сигел Джозел Г. Финансовый менеджмент: Пер. с англ. — М.: Информ.-изд. дом «Филинь», 1996. — 400 с.
- 3 Лялин В.А., Воробьев П.В. Финансовый менеджмент: Учеб. пособие. — СПб.: Изд. дом «Бизнес — пресса», 2001. — 144 с.
- 4 Балабанов И.Т. Финансовый менеджмент: Учебник. — М.: Финансы и статистика, 1994. — 224 с.
- 5 Хотинская Г.И. Финансовый менеджмент: Учеб. пособие. — М.: Изд-во «Дело и Сервис», 2002. — 192 с.

- 6 Шанк Дж., Говиндараджан В. Стратегическое управление затратами: Новые методы увеличения конкурентоспособности / Пер. с англ. — СПб.: Бизнес Микро, 1999. — 517 с.
- 7 Портер Майкл Э. Конкуренция: Учеб. пособие / Пер. с англ.: — М.: Изд. дом «Вильямс», 2000. — 495 с.
- 8 Карлоф Б. Деловая стратегия / Пер. с англ. — М.: Экономика, 1991. — 239 с.
- 9 Ковалев В.В. Введение в финансовый менеджмент. — М.: Финансы и статистика, 1999. — 768 с.
- 10 Нуреев Р.М. Основы экономической теории: Микроэкономика: Учебник. — М.: Высш. шк., 1996. — 447 с.
- 11 Каренов Р.С., Каренова Г.С. Проблемы менеджмента затрат на горнодобывающих предприятиях Казахстана. — Караганда: ИПЦ «Профобразование», 2007. — 230 с.
- 12 Лебедев В.Г., Дроздова Т.Г., Кустарев В.П. и др. Управление затратами на предприятии: Учебник. — СПб.: Изд. дом «Бизнес — пресса», 2000. — 277 с.

Г.С.Каренова

## Шығындарды басқарудың іргелі тұжырымдамалары

Мақалада шығындарды басқарудың ілімдік негіздері қарастырылған. Шығындарды басқарудың негізгі тұжырымдамалары суреттелген. Құрылымдық құраушылары енгізілген шығындарды түзуші факторлар тұжырымдамасы XX ғасырдың 80 жж. қалыптасқан. Шығындарды тиімді басқару үшін құндылықтар тұжырымдамасы фирма шегінен шығу қажеттігін ұстануды талап ететіндігі айтылған. Қаржылық менеджменттегі өзекті тұжырымдамасының бірі баламалы шығындар қағидасы болып табылатындығы дәлелденген. Шығындарды басқарудың жаңа және болашағы зор тұжырымдамалары ретіндегі трансакциялық шығындар, ABC жүйесі, стратегиялық жайғастыру тұжырымдамаларына көңіл бөлінген.

G.S.Karenova

## The fundamental concepts of cost management

In this article examines the theoretical framework of cost management. It describes the basic concepts of cost management. It is emphasized that the concept of cost drivers should be included in the number of such structural factors as the theoretical basis of cost management was formulated in the West in the 80-ies of XX century. It is noted that the concept of value chain comes from the necessity of going outside the company to effectively control costs. It is concluded that one of the key concepts in financial management is the concept of opportunity costs. The attention is paid to the concepts of transaction costs, of the ABC system, strategic positioning as a new and promising concepts of cost management.

## References

- 1 Trubochkina M.I. *Cost management of the enterprise*, Moscow: INFRA – M, 2005, 218 p.
- 2 Shim Jay.K., Siegel Joel G. *Financial management*: translate from Engl., Moscow: Publ. house «Filin», 1996, 400 p.
- 3 Lyalin V.A., Vorobev V.P. *Financial management*: a training manual, Saint Petersburg: Publ. house «Business press», 2001, 144 p.
- 4 Balabanov I.T. *Financial management*: textbook, Moscow: Finance and statistics, 1994, 224 p.
- 5 Khotynskaya G.I. *Financial management*: training manual, Moscow: Publ. house «Business & Service», 2002, 192 p.
- 6 Shank J., Govindaradzhana V. *Strategic cost management: New methods of increasing competitiveness*: translate from Engl., Saint Petersburg: Business Micro, 1999, 517 p.
- 7 Porter Michael E. *Competition*: training manual, translate from Engl., Moscow: Publ. house «Williams», 2000, 495 p.
- 8 Karlof B. *Business strategy*, translate from Engl., Moscow: Economics, 1991, 239 p.
- 9 Kovalev V.V. *Introduction to financial management*, Moscow: Finance and statistics, 1999, 768 p.
- 10 Nureev R.M. *Foundations of economic theory: Microeconomics*: textbook, Moscow: Higher school, 1996, 447 p.
- 11 Karenov R.S., Karenova G.S. *Problems of cost management in mining enterprises of Kazakhstan*, Karaganda: PPC «Vocational education», 2007, 230 p.
- 12 Lebedev V.G., Drozdova T.G., Kustarev V.P. et al. *Cost management in the enterprise*: textbook, Saint Petersburg: Publ. house «Business press», 2000, 277 p.

Е.А. Шарова

Российский институт стратегических исследований,  
 Центр экономических исследований, Москва, Россия  
 (E-mail: eratsharova@mail.ru)

## Россия во внешнеторговых связях стран БРИКС

Автор анализирует связи России с ее партнерами по группе БРИКС. В статье представлены динамика и структура взаимного внешнеторгового взаимодействия. Автором выдвигается ряд предложений по дальнейшему совершенствованию взаимовыгодного сотрудничества на многосторонней или двусторонней основе.

*Ключевые слова:* БРИКС, внешнеторговые связи, экспорт, импорт, технологическая структура торговли, технологическая кооперация, сравнительные преимущества, преференциальное торговое соглашение, режим свободной торговли.

Активизация внешнеторгового взаимодействия России с другими государствами, входящими в группу БРИКС (Бразилия, Россия, Индия, Китай, ЮАР), приобретает особое значение для отечественной экономики в условиях осложнения отношений с западными странами в контексте политического кризиса на Украине. Однако на сегодняшний день как динамика, так и структура внешней торговли нашей страны с партнерами по объединению значительно отстает от своего потенциала.

### *Динамика внешнеторгового сотрудничества России с партнерами по БРИКС*

За период с 1995 по 2013 гг. торговля России со странами БРИКС росла опережающими темпами по сравнению с общим объемом внешнеторгового оборота. Однако если российский экспорт в государства блока за это время увеличился в 11 раз (с 4 до 45 млрд долл.), то импорт вырос в 44 раза (с 1,4 до 60,5 млрд долл.). В настоящее время импорт товаров из стран-партнеров по объединению составляет 19 % от совокупного импорта России и имеет более высокую важность, чем экспорт российской продукции в страны БРИКС (8,5 % от общего объема отечественного экспорта) [1].

Взаимная торговля между государствами-членами блока развита весьма неравномерно: Китай выступает крупнейшим партнером для всех прочих стран БРИКС с долей в экспорте каждой из них, варьирующейся от 53 до 85 %, а также с удельным весом в их импорте в размере от 69 до 88 %. При этом в российском импорте из государств объединения доля Китая наивысшая — 88 %, а в экспорте из России она составляет 79 %. Индия является вторым по значению партнером России по экспорту (с долей 15,6 %), а Бразилия — по импорту (5,8 %). Доля ЮАР в российском внешнеторговом обороте незначительна (табл. 1, 2).

Т а б л и ц а 1

**Доля отдельных стран БРИКС в общем объеме экспорта  
 в рамках объединения в 1995–2013 гг., %**

Страна-экспортер	Год	Страна — партнер				
		Бразилия	Россия	Индия	Китай	ЮАР
1	2	3	4	5	6	7
Бразилия	1995	-	24,2	13,6	51,1	11,1
	2000	-	20,9	10,7	53,5	14,9
	2007	-	21,7	5,6	62,5	10,2
	2013	-	5,5	5,8	85,3	3,4
Россия	1995	2,4	-	10,8	86,8	НД
	2000	6,3	-	11,9	80,9	0,9
	2007	6,5	-	13,6	78,5	1,4
	2013	4,4	-	15,6	79,4	0,6

Продолжение таблицы 1

1	2	3	4	5	6	7
Индия	1995	4,8	58,4	-	18,6	18,2
	2000	9,2	40,9	-	35,2	14,7
	2007	13,2	6,4	-	65,7	14,7
	2013	19,9	7,9	-	53,5	18,7
Китай	1995	20,0	43,8	20,1	-	16,1
	2000	20,3	37,0	25,9	-	16,8
	2007	16,0	39,9	33,7	-	10,4
	2013	23,8	32,9	32,1	-	11,2
ЮАР	1995	35,8	6,5	23,5	34,2	-
	2000	21,5	3,2	39,6	35,7	-
	2007	8,4	2,4	21,8	67,4	-
	2013	4,1	2,5	18,6	74,8	-

Примечание. Рассчитано по данным UN Comtrade [1].

Таблица 2

**Доля отдельных стран БРИКС в общем объеме импорта  
в рамках объединения в 1995–2013 гг., %**

Страна-импортер	Год	Страна-партнер				
		Бразилия	Россия	Индия	Китай	ЮАР
Бразилия	1995	-	17,8	13,3	40,4	28,5
	2000	-	24,9	11,8	53,3	9,9
	2007	-	10,0	12,7	74,2	3,1
	2013	-	9,7	13,5	79,3	1,5
Россия	1995	11,4	-	32,8	55,8	НД
	2000	14,7	-	26,0	57,5	1,8
	2007	12,4	-	3,5	83,4	0,7
	2013	5,8	-	5,1	87,8	1,3
Индия	1995	12,6	40,7	-	36,4	10,0
	2000	6,5	23,9	-	44,5	25,1
	2007	3,1	9,9	-	79,5	7,5
	2013	5,7	5,7	-	77,5	11,0
Китай	1995	20,2	62,2	6,5	-	11,1
	2000	16,6	13,8	13,8	-	10,6
	2007	30,9	24,7	24,7	-	11,2
	2013	34,1	10,7	10,7	-	30,4
ЮАР	1995	25,1	3,5	19,8	51,7	-
	2000	18,2	4,7	15,6	61,5	-
	2007	13,2	4,5	14,1	68,2	-
	2013	5,8	1,6	23,0	68,5	-

Примечание: Рассчитано по данным UN Comtrade [1].

Значение торговли с Россией для партнеров по блоку не слишком велико и имеет тенденцию к уменьшению. Так, с 2000 по 2013 гг. доля России значительно сократилась в экспорте Индии (с 40,9 до 7,9 %) и Бразилии (с 20,9 до 5,5 %), а также в импорте Китая (с 59 до 24,9 %), Бразилии (с 24,9 до 5,7 %) и Индии (с 23,9 до 5,7 %). По состоянию на 2013 г. во внешней торговле Индии и ЮАР наша страна занимает последнее, а Бразилии — предпоследнее место. Для Китая Россия в прошлом году выступила вторым внешнеторговым партнером среди стран БРИКС, однако по экспорту продукции в Китай — лишь третьим по счету партнером.

*Структура взаимной торговли России  
с другими странами-участниками БРИКС*

В структуре взаимной торговли также наблюдается сильная диспропорция. До 78 % российского экспорта в государства БРИКС приходится на минеральное сырье, древесину и продукцию химической промышленности. В свою очередь, из стран объединения (главным образом из Китая) импортируются товары более высокого уровня переработки: более 40 % импорта составляют машины и оборудование [1]. Таким образом, в рамках внутриблоковой торговли БРИКС Россия, так же как и Бразилия, Индия и ЮАР, в настоящее время, по существу, является поставщиком ресурсов в Китай и импортером промышленной продукции из него.

В качестве позитивного момента следует отметить, что для торговли России с партнерами по БРИКС характерна более высокая доля несырьевых товаров, чем для отечественного экспорта в развитые страны. Так, на машины и оборудование, а также транспортные средства в 2013 г. пришлось 12 % российского экспорта в рамках объединения и 6 % общемирового экспорта России [1]. Наибольший объем российских несырьевых товаров направляется в Индию: по состоянию на 2013 г. в экспорте в данную страну около 23 % занимает высокотехнологичная продукция (в экспорте в прочие страны-партнеры России по БРИКС она составляет 1–3 %).

Западные эксперты нередко подчеркивают конкурентный характер взаимодействия между участниками объединения. Однако в работах ученых из стран БРИКС опровергается наличие в рамках блока серьезной конкуренции в области внешней торговли товарами и, напротив, подчеркивается возможность промышленной кооперации между ними. Так, по данным индийских экспертов из Центра по международной торговле и развитию Высшей школы международных исследований Jawaharlal Nehru University, в таких отраслях, как АПК, химическая промышленность и металлургия между странами БРИКС наблюдается взаимодополняемость экспорта, заключающаяся в специализации государств объединения на поставке различных товаров из одной группы [2; 180]. Таким образом, в указанных отраслях существует возможность для развития технологической кооперации России с партнерами по БРИКС. Кроме того, целесообразно использовать потенциал сотрудничества стран блока в инновационной сфере с целью дальнейшего увеличения в отечественном экспорте доли высокотехнологичных товаров.

*Взаимная торговля услугами между  
странами группы БРИКС*

Внешняя торговля услугами России с партнерами по объединению на сегодняшний день развита весьма слабо. Несмотря на то что все страны блока по состоянию на 2014 г. входят в число тридцати крупнейших мировых экспортеров и импортеров услуг, в совокупном объеме экспорта услуг России их доля в 2013 г. не превысила 3,6 %, а в общем объеме импорта услуг составила всего 2 %.

В то же время специализация стран БРИКС на экспорте различных видов услуг предполагает наличие перспектив для расширения торговли услугами внутри блока. В докладе индийского ученого — профессора Р.Чанда «Развитие кооперации в области услуг между странами-членами БРИКС» осуществлен расчет сравнительных преимуществ каждой из стран БРИКС в области экспорта услуг. При этом в докладе указано, что Россия обладает конкурентными преимуществами перед партнерами по объединению в экспорте таких видов услуг, как транспортные услуги, услуги связи, услуги частным лицам и услуги в сфере культуры и отдыха, строительные услуги [2; 243]. В связи с этим наша страна имеет возможность использовать собственные сравнительные преимущества и наращивать экспорт указанных видов услуг в прочие государства-участники БРИКС.

*Барьеры в торговле России со странами БРИКС*

В отличие от других государств объединения у России отсутствуют преференциальные торговые соглашения с партнерами по БРИКС в области торговли как товарами, так и услугами. Это уменьшает конкурентоспособность российских компаний на рынках стран группы, препятствует определению сфер взаимной заинтересованности и снижает приоритет России во внешнеторговой политике государств блока.

При этом, по данным российских экспертов, среди стран БРИКС именно в российском таможенном тарифе отмечается наибольшая доля необлагаемых пошлинами тарифных линий. Так, уровень международных тарифных пиков (т. е. ставок, превышающих 15 %) в Бразилии составляет 27,7 %

всех ставок импортного тарифа, в Китае — 14,8 %, в Индии — 11,9 %, а в России — 9,5 % [3; 27]. Кроме того, среди участников БРИКС у России наиболее открытый сектор услуг: в рамках Генерального соглашения о торговле услугами ВТО Россия приняла на себя специфические обязательства по 11-ти секторам сферы услуг, в то время как Китай — по 9-ти, ЮАР — по 8-ми, Бразилия — по 7-ми, а Индия — лишь по 6-ти секторам [4; 6]. Таким образом, на сегодняшний день, по сравнению с другими странами БРИКС, Россия имеет не только наименее выгодный доступ к рынкам партнеров по объединению, но и наиболее слабый уровень защиты собственного рынка.

Как российские, так и зарубежные исследователи сходятся во мнении о том, что в ближайшее время торговые взаимосвязи в рамках БРИКС будут носить преимущественно двусторонний характер, причем роль Китая в них будет определяющей. Создание объединения интеграционного типа с устранением в нем в существенной мере торговых барьеров (например, в виде зоны свободной торговли) на сегодняшний день представляется проблематичным. Это связано, в том числе, с сохранением значительных политических разногласий между Индией и Китаем, а также с тем, что три страны из пяти (Бразилия, Россия и Южная Африка) являются членами региональных таможенных союзов, а потому неправомочны в индивидуальном порядке заключать какие-либо преференциальные торговые соглашения с любыми торговыми партнерами.

В то же время ряд зарубежных ученых полагают, что установление режима свободной торговли между странами БРИКС могло бы быть весьма выгодно для объединения, поскольку конкуренция между странами блока на рынках друг друга является весьма ограниченной (см., напр., 5; 23, 24). Однако очевидно, что этому должна предшествовать работа по сближению торговой политики. Ее отдельные элементы могут касаться, в частности, кооперации в области стандартизации и сертификации, трансферта технологий и защиты прав интеллектуальной собственности, практики содействия экспортной деятельности, совершенствования торговой статистики.

На встрече в Нью-Дели в марте 2012 г. министры торговли стран-участников поставили цель по удвоению взаимной торговли между государствами объединения с 230 млрд долл. в 2011 г. до 500 млрд долл. в 2015 г. Достижимость данного показателя вызывает сомнения, однако он является хорошим стимулом как для органов государственной власти, так и для бизнес-сообщества стран-партнеров по поиску новых возможностей для налаживания взаимовыгодной кооперации в области внешней торговли.

#### *Возможности развития внешнеэкономических связей России с партнерами по БРИКС*

Потенциал реализации Россией собственных интересов в рамках объединения в ближайшее время будет значительно расширен вследствие председательства в БРИКС в 2015 г. Данную возможность целесообразно использовать для усиления роли объединения в ускорении роста и модернизации экономики нашей страны.

В подобных условиях, с целью повышения экономической отдачи от внешнеэкономических связей России с партнерами по БРИКС, представляется целесообразным:

- усилить информационно-консультационную и финансовую поддержку несырьевого экспорта России (в том числе малых и средних предприятий) в странах-партнерах по БРИКС по линии торгпредств и ОАО «Эксар»;
- проработать возможность заключения преференциальных торговых соглашений между Таможенным союзом, ЕАЭС и странами БРИКС или региональными торговыми объединениями, членами которых они являются;
- совместно с отраслевыми ассоциациями выявить перспективы технологической кооперации России с партнерами по БРИКС в области АПК, химической и металлургической промышленности;
- разработать программу поддержки экспорта услуг в государства объединения и включить в нее подготовку соглашений о сотрудничестве в области внешней торговли услугами;
- провести в России рекламную кампанию по стимулированию выхода отечественных предприятий на рынки стран БРИКС;
- организовать «перекрестные годы сотрудничества» партнеров по объединению или «годы туризма» стран БРИКС в России.

Реализация указанных инициатив позволит странам-участницам использовать имеющийся потенциал внешнеторгового сотрудничества в рамках объединения и с его помощью стимулировать рост национальных экономик.

Создание в рамках БРИКС устойчивого и динамично развивающегося торгового блока усилит его позиции в мировой экономике, повысит международную конкурентоспособность и инвестиционную привлекательность государств-членов, а также выступит стимулом для привлечения к сотрудничеству с БРИКС других крупных развивающихся стран.

#### Список литературы

- 1 World Bank WITS system. — [ER]. Access mode: <http://wits.worldbank.org/>.
- 2 BRICS trade policies, institutions and areas of deepening cooperation / Centre for WTO Studies, Indian Institute of Foreign Trade. March 2013. — [ER]. Access mode: [wtocentre.iift.ac.in/FA/Brics.pdf](http://wtocentre.iift.ac.in/FA/Brics.pdf).
- 3 Воловкин Н.П., Приходько С.В. Торговая политика стран БРИКС // Российский внешнеэконом. вестн. — 2014. — № 8. — С. 18–27.
- 4 Zhongxiu Z., Jingying S. Trade in services in BRICS and future outlook / BRICS 6th Academic Forum 2014. — [ER]. Access mode: [www.ipea.gov.br/forumbrics/images/docs/sessao3/8-China-Zhongxiu.pdf](http://www.ipea.gov.br/forumbrics/images/docs/sessao3/8-China-Zhongxiu.pdf).
- 5 Chatterjee B., Jena P.C., Singh S. Intra-BRICS trade and its implications for India / CUTS International, 2014. — [ER]. Access mode: [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2474078](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2474078).

Е.А.Шарова

### БРИКС елдерінің сыртқы сауда байланысындағы Ресей

Автор Ресейдің БРИКС тобы елдері бойынша әріптестерімен сауда байланысын талдаған. Мақалада осы елдердің өзара сыртқы сауда байланысының динамикасы мен құрылымы келтірілген. Сондай-ақ өзара көп жақты және екі жақты негізде тиімді әріптестікті одан әрі жетілдіру бойынша бірқатар ұсыныстар алға тартылған.

E.A.Sharova

### Russia in foreign trade of the BRICS

The author analyzes Russia's trade relations with its partners in the BRICS group. The article presents the dynamics and structure of mutual trade cooperation. As well as put forward a number of proposals on further improvement of mutually beneficial cooperation on a multilateral or bilateral basis.

#### References

- 1 World Bank WITS system, [ER]. Access mode: <http://wits.worldbank.org/>.
- 2 BRICS trade policies, institutions and areas of deepening cooperation, Centre for WTO Studies, Indian Institute of Foreign Trade. March 2013, [ER]. Access mode: [wtocentre.iift.ac.in/FA/Brics.pdf](http://wtocentre.iift.ac.in/FA/Brics.pdf).
- 3 Volovkin N.P., Prikhodko S. Trade *Russian External Economic Bulletin*, 2014, 8, p. 18–27.
- 4 Zhongxiu Z., Jingying S.V. Trade in services in BRICS and future outlook, BRICS 6th Academic Forum 2014, [ER]. Access mode: <http://www.ipea.gov.br/forumbrics/images/docs/seassao3/8-China-Zhongxiu.pdf>.
- 5 Chatterjee B., Jena P.C., Singh S. Intra-BRICS trade and its implications for India, CUTS International, 2014, [ER]. Access mode: [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2474078](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2474078).

Б.А.Ахметжанов, Ж.Т.Хишаева, К.Б.Тажибекова

Карагандинский государственный технический университет  
(E-mail: zhanat-t2007@mail.ru)

## Конкурентоспособность экономики Казахстана в рейтингах IMD

В статье рассматривается методология IMD по определению конкурентоспособности стран мира. Анализируются позиции Казахстана в рейтингах IMD за последние пять лет. Выявлено, что среди стран СНГ, принимающих участие в рейтинге, Казахстан занимает лидирующие позиции. Определены усиливающие и сдерживающие факторы конкурентоспособности нашей страны. Особо подчеркивается необходимость совершенствования государственной политики и национальных приоритетов. Рассмотрено содержание Концепции по вхождению Казахстана в число 30-ти самых развитых государств мира, в которой определены пять стратегических направлений долгосрочного развития страны. Авторами делается вывод, что реализация Концепции способствует повышению конкурентоспособности экономики Казахстана.

*Ключевые слова:* конкурентоспособность страны, рейтинг, Международный институт развития менеджмента, методология, факторы, экономическая деятельность, эффективность правительства, бизнес, инфраструктура, концепция.

В современных условиях глобализации экономического развития проблема конкурентоспособности страны приобретает большое значение. Конкурентоспособность страны, являясь показателем состояния и перспектив развития хозяйственной системы, определяет характер ее участия в международном разделении труда. Гарантом экономической безопасности выступает способность производить товары и услуги, удовлетворяющие требованиям мирового рынка, реализация которых способствует росту благосостояния населения.

Для определения конкурентоспособности национальных экономик используются результаты ряда международных рейтингов. В мире наиболее признанными и авторитетными рейтингами конкурентоспособности являются:

- ежегодный отчет о глобальной конкурентоспособности Всемирного экономического форума;
- ежегодный доклад о мировой конкурентоспособности Международного института развития менеджмента [1].

В рейтинге IMD-2014 каждая страна рассматривается в разрезе четырех основных факторов, каждый из которых, в свою очередь, состоит из пяти подфакторов, и в итоге эти 20 подфакторов объединяют 338 критериев. Методология IMD приведена на рисунке 1 [2].

Рейтинг мировой конкурентоспособности Международного института развития менеджмента (IMD — Institute for Management Development), на наш взгляд, отличается значительно более фундаментальным подходом.

В 2014 г. в рейтинге IMD приняли участие 60 стран. Из всех стран СНГ в рейтинге IMD принимают участие лишь три страны — Казахстан, Россия и Украина. Важно отметить, что среди стран СНГ, принимающих участие в рейтинге, Казахстан занимает лидирующие позиции. Так, в 2012 г. Казахстан находился на 32 месте, в 2013 г. — на 34-м и в 2014 г. — на 32 месте (табл. 1) [2–4].

Т а б л и ц а 1

Позиции стран СНГ в рейтинге IMD по мировой конкурентоспособности в 2012–2014 гг.

Позиция среди стран СНГ, по результатам 2014 г.	Страны СНГ	2012 г.	2013 г.	2014 г.	Изменение	
					2012–2013 гг.	2013–2014 гг.
1	Казахстан	32	34	32	-2	2
2	Россия	48	42	38	6	4
3	Украина	56	49	49	5	-

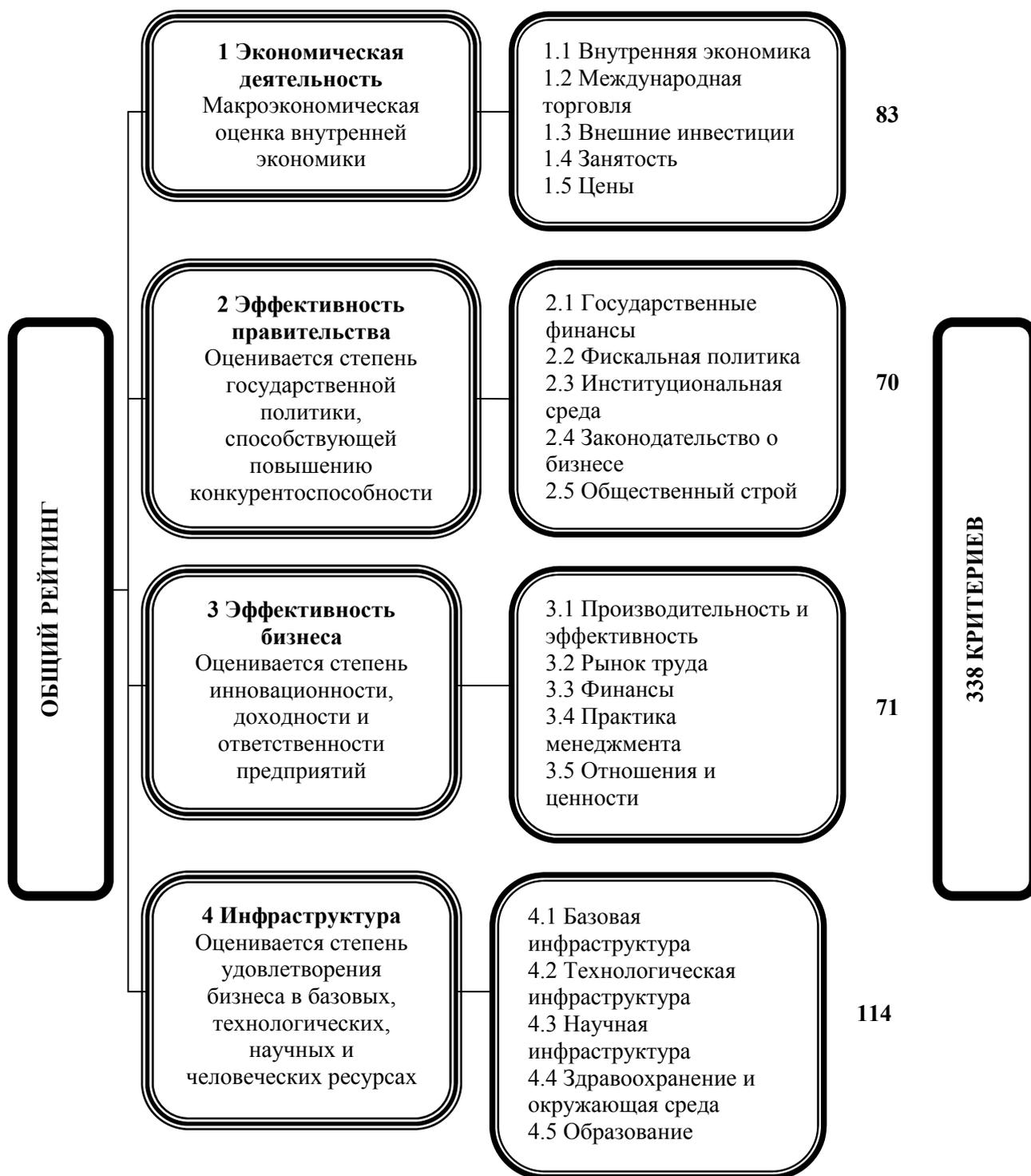


Рисунок 1. Методология IMD

За последние 5 лет позиции Казахстана в рейтинге IMD являются наилучшими (рис. 2), но перед Казахстаном в Послании Президента Республики Казахстан «Стратегия «Казахстан-2050» — Новый политический курс состоявшегося государства» поставлена новая цель — к 2050 г. войти в число 30-ти самых развитых государств мира [5].

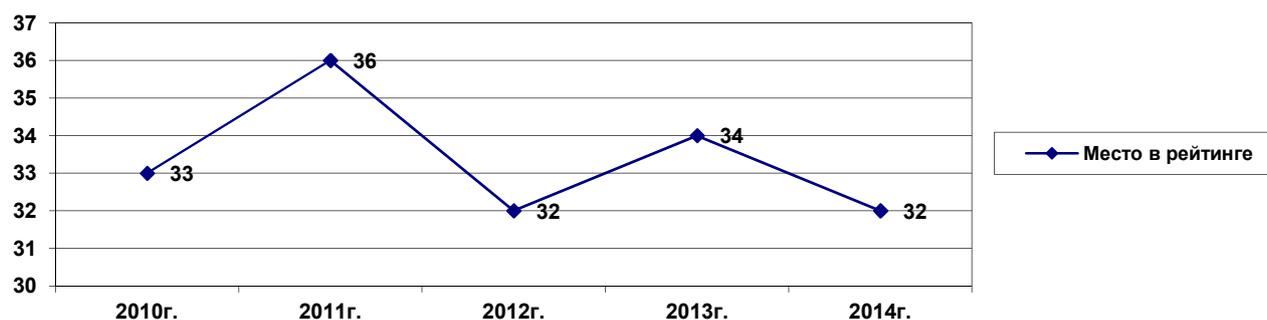


Рисунок 2. Динамика позиций Казахстана в рейтингах IMD за 2010–2014 гг.

В 2014 г. Казахстан занял 32 место среди 60 стран, что можно расценивать как успешный результат, учитывая, что большинство стран в данном рейтинге являются развитыми. Лидерами в рейтинге являются США, Швейцария, Сингапур, Гонконг, Швеция (табл. 2) [2].

Т а б л и ц а 2

#### 5 стран-лидеров по конкурентоспособности в рейтинге IMD

Страны	2013 г.	2014 г.	Изменение за 2013–2014 г.
США	1	1	-
Швейцария	2	2	-
Сингапур	5	3	2
Гонконг	3	4	-1
Швеция	4	5	-1

Для того чтобы более детально проанализировать позиции Казахстана, рассмотрим динамику в разрезе факторов.

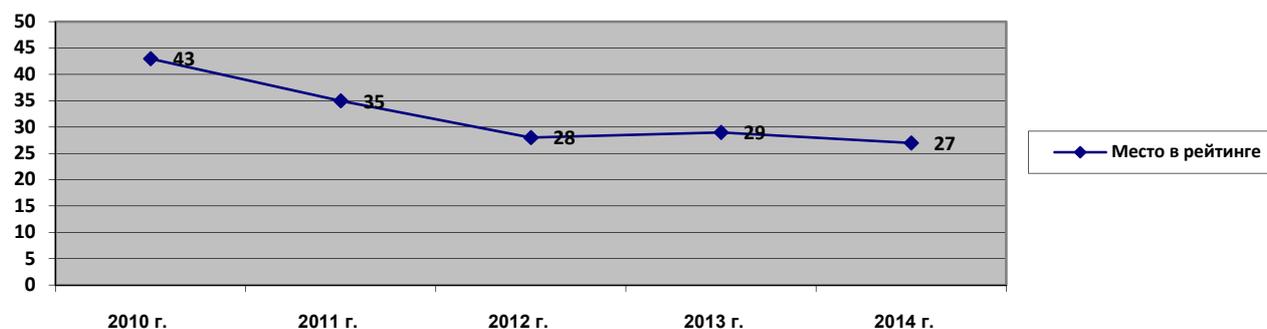


Рисунок 3. Позиции Казахстана по фактору «Экономическая деятельность» в рейтингах IMD

По фактору «Экономическая деятельность» Казахстан за последние пять лет добился хороших результатов, т.е. с 43 места в 2010 г. поднялся до 27-го в 2014 г. (рис. 3) [2,6]. Наиболее сильные и слабые показатели Казахстана по фактору «Экономическая деятельность» в рейтинге IMD в 2014 г. приведены в таблице 3 [2].

**Сильные и слабые показатели Казахстана по фактору  
«Экономическая деятельность» в рейтинге IMD в 2014 г.**

Сильные показатели	Значение	Слабые показатели	Значение
Безработица среди молодежи (%)	3,9	Экспорт коммерческих услуг (млрд долл. США)	4,64
Реальный рост ВВП (% изм., в национальной валюте в постоянных ценах)	6,0	Концентрация экспорта по видам продукции (доля 5 наиболее экспортируемых товаров в общем объеме экспорта)	56,14
Реальный рост ВВП на душу населения (% изм., в национальной валюте в постоянных ценах)	4,41	Экспорт коммерческих услуг (%ВВП)	2,07
Приток прямых инвестиций в страну (% ВВП)	10,76	Расходы на продовольственные товары (доля в общих потребительских расходах населения)	35,11
Перемещение услуг (предоставляет/не предоставляет угрозу для будущего развития экономики)	5,9	Поступления от туризма (%ВВП)	0,66
Цена на бензин (бензин высшего качества не ниже марки 95, долл.США за литр)	0,93	Инфляция среднегодовая (%)	5,83
Отток прямых инвестиций за границу (млрд долл. США)	3,87	ВВП (ППС) на душу населения (долл. США)	14172,52
Перемещение производственных мощностей (представляет/не представляет угрозу для будущего развития)	5,44	Диверсификация экономики (по отраслям, экспортным рынкам и т.д.)	4,54
Перемещение научно-исследовательских мощностей (представляет / не представляет угрозу для будущего развития)	5,52	ВВП на душу населения (долл. США)	13068,38
		Накопление прямых инвестиций за границей (млн долл. США)	20,98

По фактору «Эффективность правительства» позиции Казахстана за последние пять лет в рейтингах IMD были без особых изменений (рис. 4) [2–4, 6, 7].

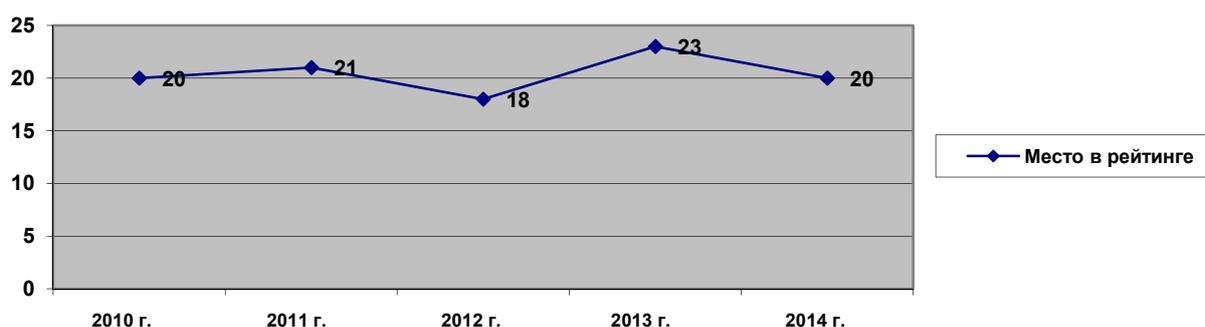


Рисунок 4. Позиции Казахстана по фактору «Эффективность правительства» в рейтингах IMD

Сильные и слабые показатели Казахстана по фактору «Эффективность правительства» в рейтинге IMD в 2014 г. приведены в таблице 4 [2].

**Сильные и слабые показатели Казахстана по фактору  
«Эффективность правительства» в рейтинге IMD в 2014 г.**

Сильные показатели	Значение	Слабые показатели	Значение
Совокупный долг органов общего управления (% от ВВП)	13,29	Спрэд процентных ставок (разница между процентной ставкой по кредитам и депозитам)	7,9
Общий объем налоговых поступлений (% от ВВП)	13,55	Тарифные барьеры (тарифы на импорт: режим с наибольшим благоприятствованием по средней ставке)	9,5
Реальные налоги с физических лиц (препятствует/не препятствует работе или стремлению продвигаться по службе)	6,89	Политка Центрального банка (оказывает отрицательное/положительное влияние на экономическое развитие)	5,05
Трудовое законодательство (практика найма и увольнения, МЗП и т.д.) (препятствует/не препятствует деловой активности)	6,59	Таможенные власти (не содействуют/содействуют эффективному транзиту товаров)	4,71
Индекс Джини (равное распределение доходов: от 0 (абсолютное равное) до 100 (абсолютное неравное))	29,0	Рынки капитала (иностранные и национальные) (не являются/являются легкодоступными)	5,12
Ставка налога на потребление (стандартная ставка НДС)	12,0	Личная безопасность и права частной собственности (в недостаточной/достаточной мере защищены)	5,56
Ставка социальных взносов работодателя (обязательные отчисления, % от дохода, равного ВВП на душу населения)	9,06	Валютные резервы (млрд долл. США)	24,7
Старение общества (является/не является бременем для экономического развития)	6,1	Протекционизм (мешает/не мешает ведению бизнеса)	5,37
Законодательство в области безработицы (не стимулирует/ стимулирует поиск работы)	5,8	Кредитный рейтинг страны (рейтинг от Institutional Investor Magazine по шкале от 0–100)	60,0
		Иностранцы инвесторы (не могут/ могут свободно получить контроль в отечественных компаниях)	6,22

По фактору «Эффективность бизнеса» в рейтингах IMD с 2010 по 2014 гг. Казахстан потерял несколько мест, опустившись с 29-й позиции в рейтинге 2010 г. до 33-й в рейтинге 2014 г. (рис. 5) [2,6].

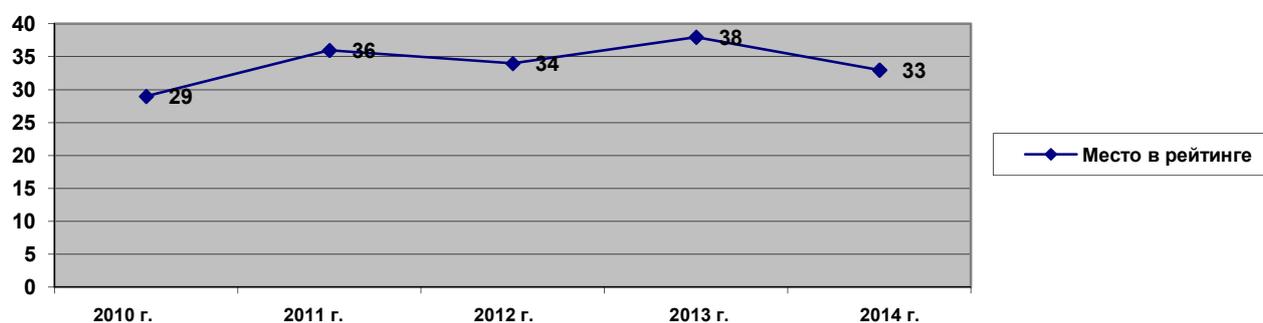


Рисунок 5. Позиции Казахстана по фактору «Эффективность бизнеса» в рейтингах IMD

Наиболее сильные и слабые показатели Казахстана по фактору «Эффективность бизнеса» в рейтинге IMD в 2014 г. приведены в таблице 5 [2].

**Сильные и слабые показатели Казахстана  
по фактору «Эффективность бизнеса» в рейтинге IMD в 2014 г.**

Сильные показатели	Значение	Слабые показатели	Значение
Женская рабочая сила (% от общей рабочей силы)	49,13	Инвестиционные риски (общий страновой риск по шкале от 0 до 100 (Euromoney))	45,42
Уровень компенсации (общая почасовая оплата работникам в производственном секторе в долл. США)	4,37	Капитализация фондового рынка (% от ВВП)	11,59
Национальная культура (закрыта/ открыта для иностранных идей)	7,38	Активы банковского сектора (% от ВВП)	60,0
Рабочая сила (% от населения)	52,66	Общая производительность (ВВП(ППС) на одного занятого в долл. США)	28392,51
Высококвалифицированные иностранные специалисты (не привлекаются/привлекаются к работе на предприятиях)	6,34	Производительность труда (ВВП(ППС) на одного занятого в час, долл. США)	14,37
Профессиональное образование персонала (недостаточно/ достаточно в компаниях) (Опрос)	5,13	Производительность рабочей силы (неконкурентоспособна/ конкурентоспособна в соответствии с международными стандартами)	4,67
Рабочее время (среднее количество рабочих часов в год)	1976,0	Крупные корпорации (не работают/ работают эффективно в соответствии с международными стандартами)	5,9
Необходимость экономических и социальных реформ (не осознается/ осознается)	6,12	Фондовые рынки (не обеспечивают/ обеспечивают адекватное финансирование предприятий)	4,3
Предпринимательский менеджмент (не распространен/ распространен в бизнес-среде)	6,16	Малые и средние предприятия (не работают/ работают эффективно в соответствии с международными стандартами)	4,92
		Гибкость и приспособляемость (адаптация людей низкая/ высокая, когда они сталкиваются с новыми вызовами)	6,08

По фактору «Инфраструктура» Казахстан в рейтингах IMD за последние пять лет потерял 6 позиции (рис. 6) [2–4, 6, 7].

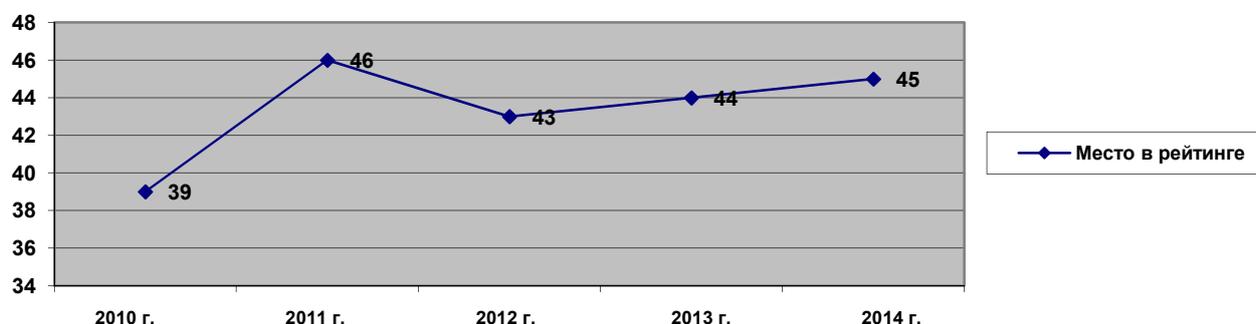


Рисунок 6. Позиции Казахстана по фактору «Инфраструктура» в рейтингах IMD

Сильные и слабые показатели Казахстана по фактору «Инфраструктура» в рейтинге в 2014 г. IMD приведены в таблице 6 [2].

## Сильные и слабые показатели Казахстана по фактору «Инфраструктура» в рейтинге IMD в 2014 г.

Сильные показатели	Значение	Слабые показатели	Значение
Пользователи мобильными телефонами (число пользователей на 1000 жителей)	1858,22	Интенсивность энергии (объем потребленной энергии коммерческим сектором на каждый доллар от ВВП, в кДЖ)	21803,86
Стоимость электричества для промышленности (долл. США за кВт/ч)	0,05	Ожидаемая продолжительность жизни при рождении (средняя оценка)	67,4
Экспорт высокотехнологичных товаров (% от произведенных промышленных товаров)	29,97	Компьютеры на душу населения (число компьютеров на душу населения на 1000 чел.)	129,5
Получение высшего образования (% от получивших высшее образование в возрасте 25–34 лет)	50,0	Общие расходы на НИОКР (% от ВВП)	0,16
Стоимость звонка по мобильному телефону (долл. США за 1 минуту местного звонка)	0,07	Число патентов, имеющих силу (заявителей на 100 тыс. жителей)	1,06
Стоимость звонка по стандартной телефонной линии (долл. США за каждые 3 минуты местного звонка)	0,01	Общие расходы на здравоохранение (% от ВВП)	3,92
Соотношение ученик/учитель (средняя школа)	8,87	Пользователи Интернетом (число пользователей на 1000 чел.)	398,5
Тариф на широкополосный Интернет (ежемесячная плата, долл. США)	12,94	Расходы бизнеса на НИОКР (% от ВВП)	0,08
Исследователи и ученые (не привлекаются/ привлекаются в страну)	5,86	Водный транспорт (порты, каналы, пр.) (не соответствует/ соответствует потребностям бизнеса)	4,61
		Проблемы здравоохранения (заболевания, СПИД, злоупотребление алкоголем, наркотиками и т.д.) (оказывают/ не оказывают значительное влияние на деятельность компаний)	5,06

Как видно из анализа, с 2010 г. по 2014 г. улучшение позиций Казахстана наблюдалось по фактору «Экономическая деятельность», ухудшение — по факторам «Эффективность бизнеса», «Инфраструктура». На ухудшение позиций Казахстана по факторам «Эффективность бизнеса», «Инфраструктура» повлияли такие подфакторы, как низкая производительность труда, дефицит финансов, неразвитость базовой, научной инфраструктуры и состояние здравоохранения и окружающей среды. Это является основанием для совершенствования государственной политики и национальных приоритетов.

В настоящее время Правительство Республики Казахстан разработало Концепцию по вхождению Казахстана в число 30-ти самых развитых государств мира. В свете реализации Концепции определены пять стратегических направлений долгосрочного развития Казахстана.

*Первое.* Развитие человеческого капитала предполагает создание необходимых условий для развития человека — главного двигателя инноваций. Это достижение уровня развитых стран в сферах образования, здравоохранения, социальной защиты и на рынке труда. Повышение качества образования способствует формированию высококвалифицированной рабочей силы, передаче знаний, обмену технологиями и, как следствие, росту производительности.

*Второе.* Совершенствование институциональной среды, обеспечивающей благоприятные условия для развития бизнеса и предпринимательских инициатив, снижение уровня коррупции в стране, совершенствование судебной и правоохранительных систем, а также повышение эффективности государственного управления на всех уровнях.

*Третье.* Развитие отраслей наукоемкой экономики путем принятия поэтапного подхода, основанного на формировании необходимой отраслевой базы для перехода к наукоемкой экономике в долгосрочной перспективе.

*Четвертое.* Ускоренное формирование инфраструктуры, поддерживающей создание наукоёмкой экономики через повышение производительности, формирование новой политики территориального развития, создание национальной инновационной системы, модернизацию инфраструктуры и повышение энергоэффективности.

*Пятое.* Углубление интеграции в систему международных отношений посредством реализации мультивекторной внешнеэкономической дипломатии, миграционной политики, участия в инициативах по укреплению региональной и глобальной безопасности [8].

Несомненно, что реализация Концепции способствует повышению конкурентоспособности экономики Казахстана.

### Список литературы

- 1 Пылин А.Г. Конкурентоспособность экономик стран СНГ на мировом фоне // Вестн. научн. информации (Отделение междунар. эконом. и полит. исследований ИЭ РАН). — 2008. — № 2. — 142 с.
- 2 The IMD World Competitiveness Yearbook 2014. — Institute of Management Development, 2014.
- 3 The IMD World Competitiveness Yearbook 2012. — Institute of Management Development, 2012.
- 4 The IMD World Competitiveness Yearbook 2013. — Institute of Management Development, 2013.
- 5 Послание Президента РК — Лидера нации Н.А.Назарбаева народу Казахстана. «Стратегия «Казахстан – 2050» — Новый политический курс состоявшегося государства». — Астана, 2012.
- 6 The IMD World Competitiveness Yearbook 2010. — Institute of Management Development, 2010.
- 7 The IMD World Competitiveness Yearbook 2011. — Institute of Management Development, 2011.
- 8 Концепция по вхождению Казахстана в число 30-ти самых развитых государств мира. Утверждена Указом Президента Республики Казахстан от 17 января 2014 г. — № 732. — Астана, 2014.

Б.А.Ахметжанов, Ж.Т.Хишаева, К.Б.Тажобекова

### **IMD рейтингтеріндегі Қазақстан экономикасының бәсекеге қабілеттілігі**

Мақалада әлем елдерінің бәсекеге қабілеттілігін анықтайтын IMD әдістемесі қарастырылған. Қазақстан Республикасының IMD рейтингтеріндегі соңғы бес жылдағы орны талданып, рейтингке қатысқан ТМД елдерінің ішінде көшбасшы екені анықталған. Еліміздің бәсекеге қабілеттілігін күшейтуші және әлсіретуші факторлары белгіленген. Мемлекеттік саясатты және ұлттық басымдықтарды жетілдіру қажеттілігіне ерекше назар аударылған. Елдің ұзақ мерзімдік дамуының бес стратегиялық бағыты аталған. Қазақстанның әлемнің дамыған 30 елінің қатарына ену бойынша тұжырымдамасының мазмұны қарастырылған. Тұжырымдаманы жүзеге асыру Қазақстан экономикасының бәсекеге қабілеттілігін арттыруға жағдай жасайтындығы туралы қорытынды жасалған.

B.A.Akhmetzhanov, Zh.T.Khishauyeva, K.B.Tazhibekova

### **The competitiveness of the economy of Kazakhstan in the IMD ranking**

The article discusses the methodology to determine the IMD competitiveness of countries. Analyzes the position of Kazakhstan in the IMD rankings in the last five years, revealed that among the CIS countries participating in the rating, Kazakhstan takes the leading position. Defined constraints and reinforcing the competitiveness of our country. It emphasizes the need to improve public policies and national priorities. Considered the content of the Concept of becoming one of the 30 most developed countries of the world, which sets out five strategic directions of the long-term development of the country. The authors concluded that the implementation of the Concept enhances the competitiveness of Kazakhstan's economy.

---

## References

- 1 Pylin A.G. *Bulletin of Scientific Information* (Department of International Economic Studies and politicheskikh IE RAS), 2008, 2, 142 p.
- 2 *The IMD World Competitiveness Yearbook 2014*, Institute of Management Development, 2014.
- 3 *The IMD World Competitiveness Yearbook 2012*, Institute of Management Development, 2012.
- 4 *The IMD World Competitiveness Yearbook 2013*, Institute of Management Development, 2013.
- 5 *Address of the President RK-Leader of the Nation Nursultan Nazarbayev to people of Kazakhstan «Strategy «Kazakhstan-2050» — New policies established state»*, Astana, 2012.
- 6 *The IMD World Competitiveness Yearbook 2010*, Institute of Management Development, 2010.
- 7 *The IMD World Competitiveness Yearbook 2011*, Institute of Management Development, 2011.
- 8 *The concept of becoming one of the 30 most developed countries of the world. Approved by Decree of the President of the Republic of Kazakhstan dated January 17, 2014, 732*, Astana, 2014.

A.Tenk

*Enyedi Gyorgy Doctoral School of Regional Sciences, Godollo, Hungary  
(E-mail: husztizs@mail.ru)*

## **The management and tourism of protected areas in Budapest**

Around 5 % of the territory of Budapest is under protection by the Duna-Ipoly National Park, and 1,6 % is protected by the Budapest Municipality. In these protected habitats several Pannon endemic species live, some species are threatened according to the IUCN Red List of Threatened Species. Presently, there are not enough financial sources to protect and manage these areas in Budapest. Therefore, the political leaders of local governments, conservationist NGOs and local communities debate about how to manage these protected areas. Furthermore, it is frequently asked why it is important to reserve these fragmented and often small areas in an urbanized area, like Budapest. The national park and the NGOs have more professional skills and tender possibilities (LIFE+, Environment and Energy Operative Program) to manage the protected areas than the local governments or Budapest Municipality, because the latter organizations receive financial resources only from the central government budget and from local taxes. Moreover thanks to protection and to professional management, we can use geo- and biodiversity as tourist attractions, which can make a profit for the proprietor.

*Key words:* urban tourism, nature conservation, city development, public administration.

### *1. Introduction*

Budapest is not only the capital city, but also the cultural, economic and industrial centre of Hungary. The city is located along the River Danube. The Buda side of the city is hilly, while the Pest side was built on the flood plain of the Danube River. Approximately 1.7 million people — 17 percent of the total population of Hungary — live in Budapest. The city has high population density, about 3300 people per square km ([www.ksh.hu](http://www.ksh.hu)).

Today urbanization threatens natural values. Over the past few years, several residential quarters, malls and paved roads were built, destroying various valuable habitats. Furthermore, cutting the ecological corridors causes the fragmentation and degradation of green areas (Beluszky, 2007) [1]. For example, a housing estate was built in Csepel destroying around 5 hectare of sandy grassland vegetation in 2003 (Tenk et al., 2014) [2]. The Buckthorn Nature Protected Area of Újpest is threatened by road constructions fragmenting the area of the sandy grassland. The surroundings of Apáthy Rock or the Quarry of Fazekas Hill are threatened by cutting the ecological corridors (Bajor, 2009) [3].

### *2. Protected areas in Budapest*

The landscape in Budapest is varied. The Buda side has forests, rocks, caves and highland, which serve as the habitat of many endemic plant and animal species. The green areas of the Pest side also have great importance in the conservation of wetlands, meadows and sand dunes. These sites are of primary importance according to the European nature conservation policy (The Habitats Directive). Furthermore, there are several Natura 2000 areas, for example on both sides of the Danube and in the Buda Hills. These include for example Alluvial forests with *Alnus glutinosa* and *Fraxinus excelsior* (Natura 2000 code: 91E0), Rupicolous pannonic grasslands (Natura 2000 code: 6190), Sub-Pannonic steppic grasslands (Natura 2000 code: 6240) Caves not open to the public (Natura 2000 code: 8310) etc. ([www.termesztvedelem.hu](http://www.termesztvedelem.hu)).

According to the Budapest Municipality Decree no. 25/2013 the Hungarian capital has 27 locally protected areas and 12 protected trees on around 850 hectares ([www.termesztvedelem.hu](http://www.termesztvedelem.hu)) [4].

Table 1

**List of protected areas by Budapest Municipality  
(based on Budapest Municipality Decree no. 25/2013)**

Areas protected by Budapest Municipality (ha)		
Budapest	-	52.520
Name	district	hectare
Balogh Ádám Rock	II.	1.0799
Apáthy Rock	II.	9.2219
Quarry of Fazekas Hill	II.	0.6538
Ferenc Hill	II.	8.6198
Garden of Mihályfi Ernő	II.	0.3627
Quarry of Róka Hill	III.	20.0250
Mocsáros (swamp, meadow)	III.	24.6345
Buckthorn Nature Protected Area of Újpest	IV.	40.9259
Palotai Island	IV.	49.1649
Meadows of Felsőrákos	X.	163.8109
Arboretum of Buda	XI.	8.9452
Rupp Hill	XI.	7.8445
Salty meadow of Kőérberek	XI.	44.7343
Ördögörom (rock)	XII.	17.4215
Kis-Sváb Hill	XII.	11.7462
Meadow of Denevér Street	XII.	0.9433
Fácános (forest)	XII.	6.7510
Csillagvölgyi Street (forest)	XII.	2.1775
Garden of Istenhegyi Street	XII.	0.4062
Garden of Művész Street	XII.	0.4228
Turjános (swamp, meadow)	XV.	10.8579
Naplás Pond	XVI.	165.6866
Merzse Swamp	XVII.	49.4744
Garden of Péceli Street	XVII.	0.3478
Kis-Háros Island	XXII.	2.8919
Tétényi Plateau	XXII.	130.2059
Botanical Garden of Soroksár	XXIII.	63.8653
Total	-	853.9881

Furthermore, 10 areas (hills, meadows, sand dunes, caves, gardens) and 6 swamps are protected by the Duna-Ipoly National Park on around 2700 hectares. The swamps are «ex lege» protected areas without management (Act LIII. of 1996 on Nature Protection). The total area of the swamps is around 80 hectares and they can be found in the eastern and southern parts of Budapest (Bajor, 2009) [3].

Table 2

**List of protected areas by the Duna-Ipoly National Park (based on data  
of Ministry of Rural Development Decree 129/2011) <sup>1</sup>**

Areas protected by Duna-Ipoly National Park (hectare)		
1	2	3
Budapest	-	52.520
Name	district	hectare
Gellért Hill	I./XI.	39.72
Buda Hills	II./III./XII.	2568
Surface of Pálvölgyi Cave	II.	4.7

<sup>1</sup>The status and the data of the protected areas by the national park are inaccurate on the internet sites of the administrative authorities. The data sources are often contradictory and out of date.

1	2	3
Surface of Szemlőhegy Cave	II.	1.1
Botanical Garden of Budapest (Füvészkert)	VIII.	3.1
Sas Hill	XI.	29.73
Jókai Garden	XII.	3.17
Budapest Zoo and Botanical Garden.	XIV.	10.76
Tamariska Hill (sand dune)	XXI.	5.22
Háros Island	XXII.	56.4
Tétényi Plateau	XXII.	7.11
<b>Total</b>	-	<b>2729.01</b>

Among the protected areas there are Natura 2000 sites, for example parts of the Buda Hills, the Tétényi Plateau and the lower reaches of the River Danube (www.dinpi.hu) [5].

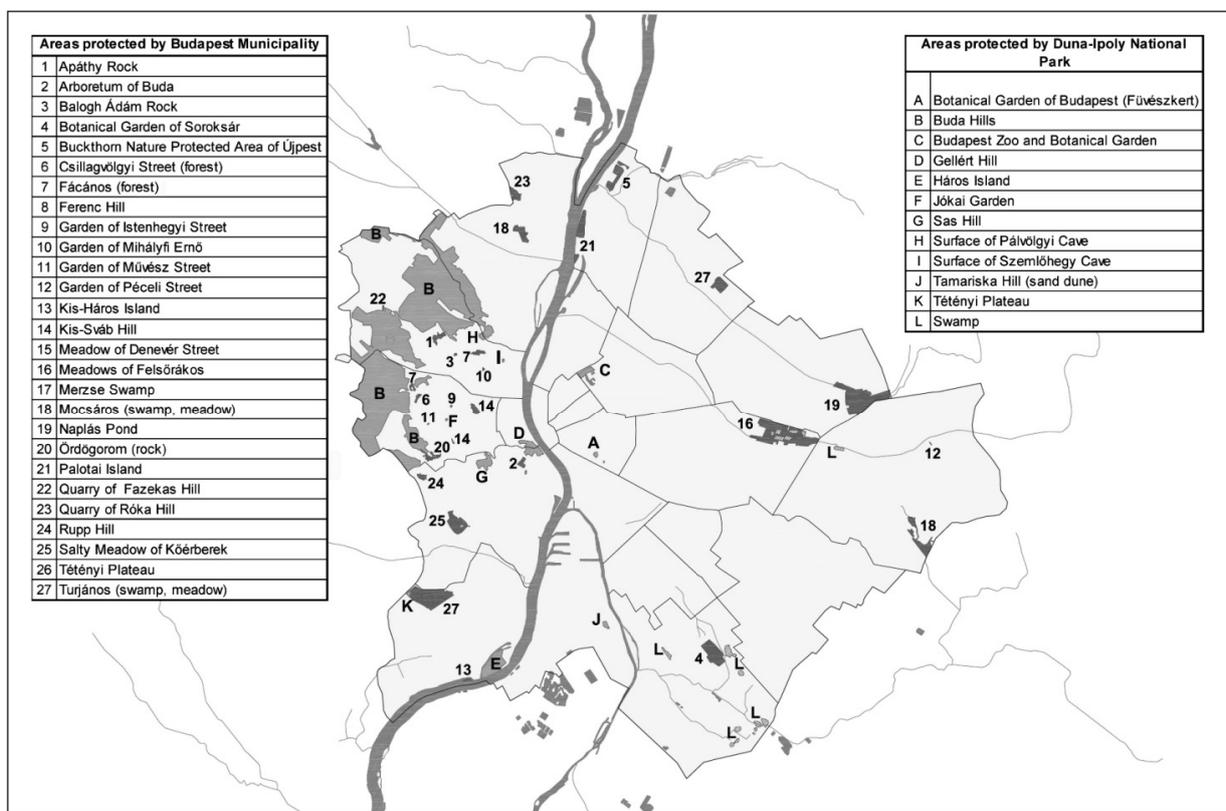


Figure 1. The location of protected areas and swamps in Budapest (own editing)

## 2. The nature conservation regulation of Budapest

Due to the dual local government system, the capital has great bureaucracy on the field of nature protection. The administration of the Hungarian capital and its districts is regulated in a separate law. Budapest has a peculiar two-tier administration system. There are twenty-three districts with their own local governments and there is Budapest Municipality with its own regulation. The districts directly elect representatives — today the mayors of the districts and directly elected council members — who form the basis of the city’s self-government (www.budapest.hu) [6]. This offers the possibility of free bargaining between the districts and Budapest Municipality. But this dual system has some problems in the field of nature protection.

The Minister of Agriculture (and under-secretary), the administrative authority and the town clerk of local governments (and Budapest Municipality) manage the administration of nature conservation regulation. According to the new Act CLXXXIX of 2011 on Local Governments and the Act LIII. of 1996 on Nature Protection, the Budapest Municipality has the right to establish or delist a protected area in agreement with

the districts, and it has the right to change the status of a protected area. However, the districts have the right to veto this decision. Furthermore, the Ministry of Agriculture has the right to set up a protected area anywhere in Hungary, including the capital. And any Hungarian citizen has the right to initiate the protection of an area [7].

The status of the territory in question can be changed after a thorough investigation of the area. National Parks and NGOs must be involved in the pronouncing process. For Natura 2000 sites and all protected areas in Budapest the Middle-Danube-Valley Inspectorate for Environmental Protection, Nature Conservation and Water Management (abbr. KDV-KTF) is the competent authority ([www.fori.hu](http://www.fori.hu)) [8].

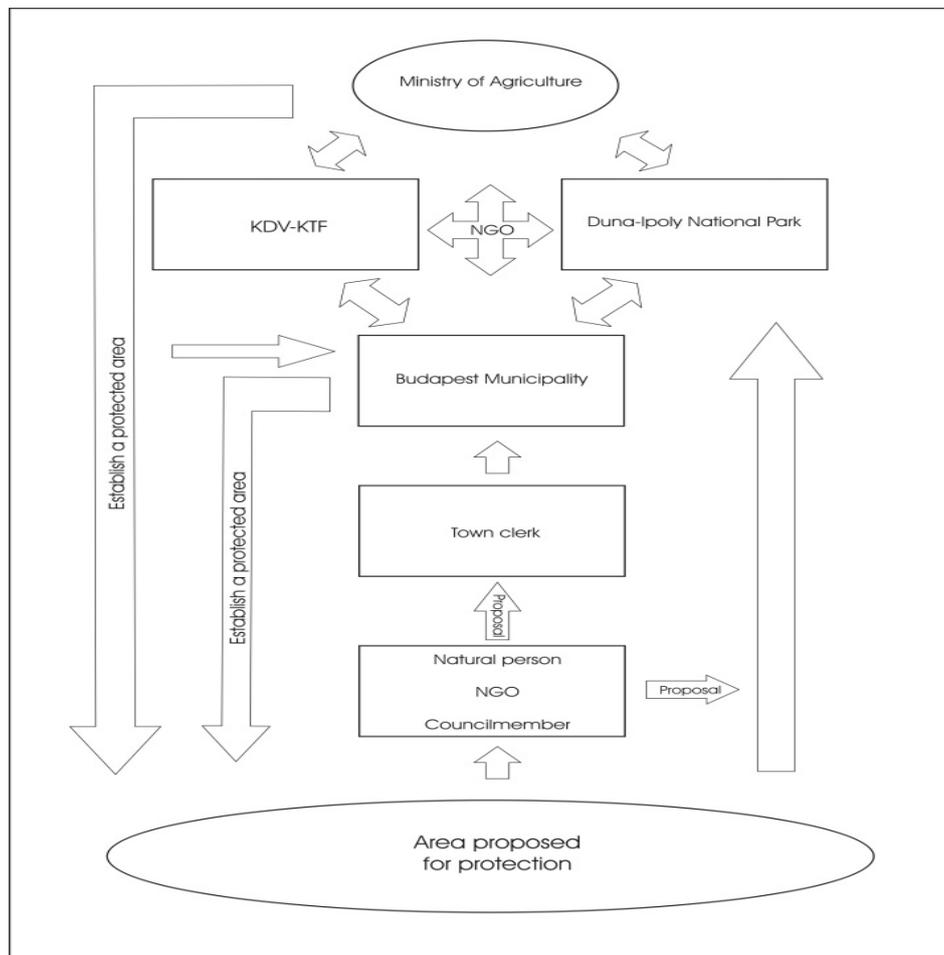


Figure 2. The process of establishing a protected area in Budapest (own editing)

As a result of a recent decision of the Hungarian Parliament, the Inspectorates for Environmental Protection, Nature Conservation and Water Management will be subordinated to the Government Offices from 2015 (Act VI. of 2015) [9].

Independently of the results of the professional decision-making process, the city council has the right to establish or to delist a protected area in Budapest. The council members are elected politicians, and their decisions are mainly political, not professional. However, establishing or delisting a protected area should not be a political question, but a professional one. Additionally, the final decision of the city council is difficult to change, only the Minister of Agriculture can modify it. Unfortunately, the national parks have not enough possibility<sup>2</sup> to influence the decisions of the Ministry because the Ministry makes the final decision.

### 3. Management and touristic development of protected areas in Budapest

One of the goals of the protection of green areas is to create and to manage a network of natural areas in Budapest. And to achieve these goals it is necessary to effectuate the following (Font and Brassler, 2002) [10]:

<sup>2</sup>A recent bill (T/3788) interferes with the rights of national parks.

- to develop well-managed, protected natural areas which can welcome visitors;
- to create a cooperation between the authorities of protected areas, the local population and commercial and nature conservationist organizations (NGOs);
- it is important to balance between nature conservation, local development, tourism and recreation;
- we need to avoid potentially conflicting activities.

Furthermore, wildlife protection is important not only for ethical and moral reasons, but for recreational benefits, and for economic and touristic reasons. People have realized that the presence and protection of wildlife can improve their lives (Steiner, 2008; Huszti 2012.) [11, 12].

When we investigate the network of the protected areas, we can find few «best practices» of the management of protected areas in Budapest. Following these examples, it is possible to increase the number of well-managed protected areas. And the well-managed areas will attract more visitors in the future.

The Sas Hill and the Szemlő Cave is managed by the Duna-Ipoly National Park, while the majority of the protected areas are managed by Budapest Municipality cooperating with Főkert Non-profit Ltd., the gardener entrepreneur of Budapest Municipality ([www.fokert.hu](http://www.fokert.hu)). The Buckthorn Nature Protected Area of Újpest (Újpesti Homoktövis Természetvédelmi Terület) is managed by the BirdLife Hungary (The Hungarian Ornithological and Nature Conservation Society, abbr. MME) and the Tétényi Plateau Protected area is managed by the Green Future (Zöld Jövő) NGO. The Tamariska Hill is only managed by Csepel local government with the leading of the Duna-Ipoly National Park.

The most important recent developments were the touristic development of the Cave of Szemlő Hill, the Sas Hill and the historical Garden of Jókai Mór by the Duna-Ipoly National Park in Budapest. The support intensity was 75 % by the European Union.

Table 3

**Applications of the Duna-Ipoly National Park in Budapest  
(based on the data of Duna-Ipoly National Park)**

Name of the tender	Application source (in thousand HUF)							
	2008 y.	2009 y.	2010 y.	2011 y.	2012 y.	2013 y.	until 25.06.2014 y.	In sum
Development of the touristic receiving capability of the Cave of Szemlő Hill (HUSK/0801/2.2.1/153)	0	0	114,769	27,290	0	56	0	<b>142,115</b>
Development of the visitor center of Sas Hill (KMOP — 3–1.1/A-09–2009–0001)	0	0	286	13,767	44,724	0	0	<b>58,777</b>
Reconstruction of the Jókai Garden (KMOP-3.2.1/B-09–2009–0009)	0	0	0	56,265	9,174	0	0	<b>65,439</b>
<b>In sum</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>115,055</b>	<b>97,322</b>	<b>53,898</b>	<b>56</b>	<b>0</b>	<b>266,331</b>

The main project of the Cave of Szemlő Hill was the reconstruction of the reception building and of the park around it. Furthermore, a geological demonstration center was created with an interactive exhibition. Now the whole area is accessible for the disabled, and nature trail was also created ([www.dunaipoly.hu](http://www.dunaipoly.hu)).

The goal of the development of the Sas Hill was to create and to develop a visitor center. The main part of the project was to build a terrace with panorama, to renew the nature trail and to make the territory accessible for the disabled. The full reconstruction of the Jókai Garden took place between 2011–2012.

The national park has some income from entrance fees. But the incomes of Fűvészkert and Budapest Zoo and Botanical Garden are not realized either at the national park or at Budapest Municipality. The Fűvészkert belongs to the Eötvös Lóránd University (ELTE) and the Zoo is a stand-alone budget-funded organization. The maintainer and the supervisor of the Zoo is the Budapest Municipality<sup>3</sup> ([www.zoobudapest.com](http://www.zoobudapest.com)) [13].

<sup>3</sup>The local government has no income from the Budapest Zoo according to the information of Budapest Municipality.

**Income form the visitor's entrance fee of the Duna-Ipoly National Park  
(based on the data of Duna-Ipoly National Park)**

Period	Sas Hill	Pálvölgyi Cave	Szemlő-hegyi Cave
	net (HUF)		
2008	852,400	20,315,701	10,995,818
2009	2,131,905	21,602,123	13,194,717
2010	2,392,516	20,063,636	13,650,667
2011	3,079,336	22,899,396	15,992,574
2012	4,541,799	24,493,840	18,553,596
2013	5,236,877	28,465,425	19,408,676
2014.01.01– 2014.05.31	1,795,651	9,790,239	7,445,786
<b>Sum</b>	<b>20,030,484</b>	<b>147,630,360</b>	<b>99,241,834</b>

For example the Botanical Garden of Soroksár belongs to the Faculty of Horticultural Science of the Corvinus University of Budapest (<http://sorbotkert.hu>). For the entrance fee the visitors can get a guided tour.

#### *Nature trails in Budapest*

Nature trails show the natural values, the cultural history and the importance of conservation, and the management of the protected area (Kiss 1999) [14]. In addition to the above developments of protected areas, nature trails were also established. Nowadays there are 15 nature trails and a few of information boards at the typical natural habitats of Budapest. These trails were built by the MME and other NGOs together with the Duna-Ipoly National Park. The financial support was given mainly by the Budapest Municipality and the national park (Bajor-Lampert R. — Bajor Z. 2013) [15]. The national park built nature trails only in areas it manages alone or together with the local government, for example in the Sas Hill or the Tamariska Hill. Due to this fact, there are different systems of the nature trails in Budapest.

The examination of these nature trails shows that there are problems of varying degrees to be solved (Dávid 2012) [16]:

- to keep track of the number of visitors of the nature trails;
- to connect the nature trails with transport hubs (the trails are isolated in many cases);
- to prevent and to repair the damage done by visitors;
- the continuous maintenance of nature trails;
- information boards are generally very didactic (For example a small interactive board can help teach the basics of nature protection for children playfully).

What is the main difference between nature trails? The nature trail of the Tamariska Hill shows the nature values of the area, but it has no interactive part. The nature trail of Buckthorn Nature Protected Area of Újpest has an interactive board showing the nature values of the area for the children. The nature trail of Tétényi Plateau can only be used with the help of a brochure, because the nature trail has only «check points» without information boards. The brochure guide can be obtained in the office of Zöld Jövő Society. The Quarry of Róka Hill has no nature trail, only one board showing the geological values without describing the biodiversity of the protected area.

Consequently, Budapest nature trails are really diverse. However, it would be better to built unified nature trails. Why? The nature trails built by the Duna-Ipoly National Park or by the MME show several features of the given area, e.g biodiversity, geodiversity or cultural history. Other nature trails focus for example on the geology or the flora and fauna only. Some nature trails can only be used with the help of the associated brochure guide. The unification should not apply to the appearance or the format of nature trails — just the type of information presented.

### *Touristic information about the protected areas*

It is difficult for the tourists to get information about the protected areas in Budapest. There is not correct touristic information on the Internet and the books or flyers in English are often too short and superficial. For example, one can read about the protected areas on the [www.fori.hu](http://www.fori.hu), but only in Hungarian and there is not a correct map representing the routes leading to protected areas, or the access by public transport or by bicycle. The same problem is present on the website of the Duna-Ipoly National Park ([www.dinpi.hu](http://www.dinpi.hu)). One of the most informative websites is the <http://zoldkalauz.hu>, but the foreign tourist can not read it in English either. There is a description of caves at [www.budapest.com](http://www.budapest.com) in English and [www.lonelyplanet.com](http://www.lonelyplanet.com) writes about the green areas.

The official governmental websites — [www.termeszetvedelem.hu](http://www.termeszetvedelem.hu) — present correct data, but these are useful for professionals not for the tourists. The homepages of local governments have correct information about the protected areas in their district, but these pages are rarely accessible in English. In sum, the necessary information might be present on several websites, it would be useful to create a multilingual website specialized in natural values.

#### *4. Conclusion*

The protected areas in Budapest are managed by the Budapest Municipality and by the Duna-Ipoly National Park. But these organizations have not enough income from the state budget. They have possibilities to obtain money from the tenders of the European Union or from entrance fees of tourists. Consequently, the areas should be made profitable.

Therefore it is important to manage the green areas well, for example to build nature trails and demonstration centers with interactive exhibitions, or offer guided tours with the help of NGOs. Furthermore, the judicial protection of the protected areas and the manager organizations must be guaranteed. Unfortunately there is more and more difficulty in the regulation of the nature protection. For example new laws restrict the rights of the national parks.

Nevertheless, there are some protected areas in Budapest which had been developed in the last years by the Duna-Ipoly National Park or by the MME and local governments. If these places were advertised more efficiently online or with the help of the Geographical Information System (GIS), more tourists would visit them, and the areas could make more profit. These areas could serve as model territories for other protected areas in the city of Budapest.

#### References

- 1 *Beluszky P.* (szerk.): Közép-Magyarország [Central Hungary] Dialóg Campus, Pécs-Bp. — 2007. — P. 526. — Pp. 424.
- 2 *Tenk A., Merkl O., Gergely A.* (2014): Csepel természeti képe [The physiography of Csepel]. — P. 116. — Pp. 88–89.
- 3 *Bajor Z.* (2009): Budapest természeti kalauza [The nature guide of Budapest]. Kossuth Kiadó, Budapest. — P. 256. — Pp. 44–65. 103–112. 121–125.
- 4 Természetvédelmi prioritások és célkitűzések [Nature protection priorities and aims] — [www.termeszetvedelem.hu/\\_user/browser/File/Natura2000/SAC\\_Celkituzesek/DINPI\\_SAC\\_celkituzesek/HUDI20009.pdf](http://www.termeszetvedelem.hu/_user/browser/File/Natura2000/SAC_Celkituzesek/DINPI_SAC_celkituzesek/HUDI20009.pdf) *Helyi jelentőségű védett természeti területek* [Local protected areas] — [www.termeszetvedelem.hu/helyi-jelentosegu-vedett-termeszeti-teruletek#2014](http://www.termeszetvedelem.hu/helyi-jelentosegu-vedett-termeszeti-teruletek#2014)
- 5 Duna-Ipoly Nemzeti park [Duna-Ipoly National Park] — [www.dinpi.hu](http://www.dinpi.hu)
- 6 Budapest Főváros Önkormányzatának hivatalos oldala [The administrative site of Budapest Municipality] — [www.budapest.hu](http://www.budapest.hu)
- 7 2011. évi CLXXXIX. törvény Magyarország helyi önkormányzatairól [Act CLXXXIX of 2011 on Local Governments of Hungary]
- 8 Fővárosi Rendészeti Igazgatóság: Természetvédelem Budapesten [Nature protection in Budapest] — [www.fori.hu/termeszetvedelem-budapest](http://www.fori.hu/termeszetvedelem-budapest).
- 9 2015. évi VI. törvény egyes közigazgatási tárgyú törvények módosításáról [Act VI. of 2015. on the modification of some public administration laws].
- 10 *Font X., Brassler A.* (2002): PAN Parks: WWF's sustainable tourism certification programme in Europe's national parks. in: Sustainable Tourism: A Global Perspective, Edited by Harris R. et al., Butterworth-Heinemann, Oxford. — P. 312. — P. 105.
- 11 *Steiner F.* (2008): The Living Landscape. Island Press, Washington. — P. 496. — P. 104.
- 12 *Huszt Zolt* (2012): Integration of «made cities» to physical environment. In: Development of the Settlement Network in the Central European Countries, Springer, Deutschland. — P. 235–244.
- 13 Állatkerti alapadatok [Facts on the Zoog — [www.zoobudapest.com/rolunk/allatkerti-alapadatok](http://www.zoobudapest.com/rolunk/allatkerti-alapadatok).

14 Kiss G. (1999): Hogyan építsünk tanösvényt? [How to build a natural trail?]. Földtani Örökségünk Egyesület, Budapest. — P. 126. — P. 15.

15 Bajor-Lampert R., Bajor Z. (2013): Budapest tanösvényei a környezeti nevelés szolgálatában [The role of nature trails of Budapest in environmental education]. Madártávlat, XX./ 3. — P. 34–39.

А.Тэнк

## Будапешт қалалық қорықтарының менеджменті мен туризмі

Мақалада Будапешт қаласы аумағының 5 %-ы орталық парктің және 1,6 %-ы қалалық жергілікті муниципалитеттің қорғауында тұрғандығы айтылған. Бұл қорғалатын аумақтарда Қызыл кітапқа енген және азайып бара жатқан флора мен фаунаының кейбір түрлері кездесетіндігі көрсетілген. Сондықтан жергілікті саяси әкімдіктер, үкіметтік емес ұйымдар, табиғи ресурстарды қорғау бойынша жергілікті қоғамдық дебаттық клубтар әрқашан табиғи ресурстардың сақталуы үшін күрес жүргізетіндігі айтылған. Будапешт секілді терең урбандандырылған облыста мұндай шағын учаскелерге бөлінген аумақтарды резервке алу маңыздылығына көңіл бөлінген. Ұлттық парк пен үкіметтік емес ұйымдар жергілікті басқару ұйымдарына немесе Будапешт қалалық муниципалитетіне қарағанда қоршаған ортаны қорғау саласында әлеуетті мүмкіндіктерге ие екендігі негізделген, себебі бұл ұйымдар тиісті қаржылық ресурстарды орталық үкіметтік бюджеттен ғана емес, сондай-ақ жергілікті салықтардан да алатындығы дәйектелген.

А.Тэнк

## Менеджмент и туризм городских заповедников Будапешта

В статье отмечается, что около 5 % территории города Будапешта находится под защитой центрального парка и 1,6 % — под защитой Будапештского городского муниципалитета. Показано, что на этих защищаемых территориях обитают некоторые исчезающие виды флоры и фауны, вошедшие в Красную книгу. Поэтому политическое руководство местных управлений, неправительственные организации по защите природных ресурсов, местные общественные дебатные клубы всегда выступают за сохранность резервирования этих разбитых на небольшие участки территорий в такой урбанизированной области как Будапешт. Обосновано, что национальный парк и неправительственные организации имеют большие потенциальные возможности, чем местные органы управления или Будапештский муниципалитет в области охраны окружающей среды, поскольку названные организации получают не только соответствующие финансовые ресурсы из центрального правительственного бюджета, но и отчисления местных налогов.

---

# ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ЖӘНЕ ИНДУСТРИЯЛЫҚ САЯСАТТЫ ЖҮЗЕГЕ АСЫРУ ТИІМДІЛІГІ

## ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ И ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В КАЗАХСТАНЕ

ЭОЖ 330.1

Б.С.Мырзалиев, Л.Т.Тайжанов

*Қ.А.Ясауи атындағы Халықаралық қазақ-түрік университеті, Түркістан  
(E-mail: borash2006@mail.ru)*

### Қазақстанда моноқалалардың экономикалық жүйесінің ғылыми-теориялық негіздерін қалыптастыру

Моноқалалардағы экономикалық жағдайдың тұрақсыздығы барлық әлеуметтік-экономикалық үдерістердің тұрақсыздығына алып келуде және ол халықтың көп бөлігіне әсерін тигізуде. Қазіргі уақытта Қазақстанда моноқалалардың экономикалық дамуының ғылыми әдістемесінің бағалауы нашар әзірленген, ал ол, өз кезегінде, бұл жағдайда аса маңызға ие. Қазіргі заманғы моноқалалардың теориялық аспектілерінің әдістемесі мен негізін қалаушы әр түрлі экономикалық ойлардың мектептері мен бағыттары бір-бірімен тығыз байланысты және олар моноқалалардың оңтайлы жұмыс істеу тәжірибесі мен әлеуметтік-экономикалық дамуының тиімді мемлекеттік реттеуін анықтайды. Әлемдік экономиканың тәжірибесінде моноқалалардың қалыптасу үрдісі мен дамуына қоғамның өндіру күштерін бөлу теориясы елеулі әсерін тигізді және оның негіздерін қалаушы неоклассикалық экономикалық бағыттың өкілдері болды.

*Кілт сөздер:* моноиндустрия, құрылымы бар қала, моноэкономикалы қала, мономаманданған қала, қала құраушы кәсіпорын.

Әлем қазіргі таңда үлкен қалалардың пайда болуымен қатар олардың әлеуметтік-экономикалық даму деңгейінің саяси үдерістерге әсері мен адамзаттың болашақта өмір сүру мәселелеріне алаңдауда. Өйткені адамның келешектегі тағдыры негізінен провинцияларда емес, осы үлкен де орталық қалаларда шешілуде. Ғалымдар бұл үрдісті урбанизация деп атайды.

Соңғы жылдары қала туралы ғылымның кескіндері пайда бола бастады. Ежелгі грек философы Аристотель қала тұрғындарының бір алаңда жиналып, бір-бірімен танысып, ой-пікірлерімен және шешімдерімен бөліспеуі үшін әрбір қаланың тұрғынын 10 мың адаммен шектеуді ұсынған.

Қазіргі уақытта әлемнің көптеген елдерінде, әсіресе экономикасы дамыған елдерде, қала халқының саны жалпы халық санының 85–90 % құрайды. Біріккен Ұлттар Ұйымының болжамына сүйенсек, 2020 жылдарға қарай қала тұрғындары жалпы тұрғындардың — 55 %, ал 2050 ж. жер шарының 85 % қала тұрғындары құрайтын болады деп күтілуде.

Дегенмен дүние жүзі халқының барлығы үлкен қалаларда өмір сүрмейді. Оның ішінде адамдардың бір бөлігі орта, шағын, бір салалы қалалар мен ауылдық аймақтарда тұрады. Мұның өзі аталған аймақтарда елдің әлеуметтік және экономикалық дамуын терең зерттеуді талап етеді.

Қазақстан аймақтарында бір салалы (шағын монобейінді, моносипаттағы) қалалардың мемлекетте алатын орны ерекше. Олар әлеуметтік-экономикалық және қаланың экологиялық саясатын жоспарлауда ерекше нысан болып табылады.

Қазақстан Республикасының Президенті Н.Ә.Назарбаевтың 2012 ж. 28 қаңтардағы «Әлеуметтік-экономикалық жаңғырту — Қазақстан дамуының басты бағыты» атты Қазақстан халқына Жолдауында: «Үкімет елді мекендер шоғырын (агломерация) дамыту жөнінде бағдарлама қабылдауы тиіс. Ірі кәсіпорынды немесе бір саланы тірек еткен шағын қалалардың дамуы — өз алдына бөлек

мәселе. Жаңаөзендегі жағдай бір салалы шағын қалалардың әлеуметтік қатерге жақын екенін көрсетті. Үкіметке бір салалы шағын қалаларды дамыту туралы арнайы бағдарлама жасауды тапсырамын. Онда қаланың экономикасындағы әрбір нақты бағытты әртараптандыру, әлеуметтік саланы дамыту ескерілуі қажет», – деген болатын [1].

Қазақстанда аймақтық және жергілікті деңгейдегі басқарушылық ұйымның қызметтерін реттеуде «моноқала» ұғымының заңнамалық тұрғыда әлі де толық зерттелмеген мәселе екендігін байқауымызға болады. Сондықтан бұл зерттеудің мақсаты «қала» ұғымын «моноқала» ұғымының негізі ретінде қарастырып талдау зерттеудің ең маңызды бөлігі болып табылады.

Ғылыми және тәжірибелік маңызы бар мәселелердің шешілмеуі, бір салалы қалалардың дамуын тиімді басқару, жалпы және аймақ көлемінде экономиканы әртараптандыру бойынша аймақтың экономикасына әсері туралы ізденіс зерттеудің маңыздылығын айқындайды.

Қазіргі уақытта әр түрлі саладағы еліміздің және шетел ғалымдарының осы моноқалалардың даму ерекшеліктеріне байланысты ұсынған бірнеше ұсыныстары және әрбір сала ғалымының көзқарасы мен әлемдік экономикалық теорияда олардың зерттеу жұмыстары арнайы басылымдарда жарияланған. Қала жіктемесінде қала тіршілігінің аграрлық саладан алшақтығы, қала халқының өмір сүру деңгейі, халықтың орналасуы бойынша бір-бірінен ара қашықтығы және шоғырлануын атап көрсету болып табылады.

Қалаларды топтастыруда жұмыспен қамтамасыз ету белгілерін ең бірінші Америкадағы 377 қаланың жіктемесін жасаушы Ч.Харрис болды. Ол 9 түрлі қала санатын анықтады және олар индустриалды қалалар, индустриалды функциясы аз қалалар, тау-кен өндіріс қалалары, бөлшек сауда қалалары, көтерме сауда қалалары, байланыс қалалары, демалыс қалалары, мультифункционалды қалалар және университет қалалары болып сараланды [2,3]. Әдістемелік құралдарымен қамтамасыз ету мақсатында автор қалалардың функционалдық бейінін анықтауда мына формуланы қолдануды ұсынды:

$$R_{region} = R_{country} \cdot P_{region} / E_{country},$$

мұнда  $R_{region}$  — белгіленген аймақтағы(қаладағы) белгілі бір индустрияда жұмыс жасайтын жұмысшылардың саны;  $R_{country}$  — осы аталған индустрияда мемлекет бойынша жұмыс істейтін халықтың саны;  $P_{region}$  — аймақтағы(қаладағы) орналасқан халықтың саны;  $E_{country}$  — мемлекеттегі жалпы жұмысшы халықтың саны. Көрсетілген автордың жолы бойынша біз мультифункционалды қалаға қарсы монофункционалды қаланы атай аламыз және, автордың сипаттауы бойынша, белгілі бір мамандануымен сипатталатын қаланы қабылдаймыз. Осылай барлық қала санынан (377 қала) Харрис монофункционалды, немесе монобейінді, қалаларды алып көрсетуге мүмкіндік берді. Бұл жердегі айта кететін мәселе, «функция» мен «бейін» терминдері қаланың өндірістік қызметінің бейінділігіндегі функциясын анықтауда бірін-бірі жоба алу қабілеттігі. Бұл қалалардың «монобейін» мен «монофункция» ұғымының айырмашылығын анықтауға рұқсат бермейді.

С.Ожегов, Н.Шведова, Д.Ушаковтың түсіндірмелік сөздіктерінде «қала» ұғымын анықтағанда көп халық орналасқан жерді айтады және ол өз кезегінде әкімшілік, сауда-саттық, индустриалдық немесе мәдени орталық болып табылады [4, 5] және арнайы санатына қарай басқару орталығы бар ұғымды айтады [6]. Қаржылық энциклопедиялық сөздіктерде қаланы көп халық мекендейтінін және оның көпшілігі жұмысшылар, ал олар ауыл шаруашылық саласында жұмыс істемейтін жұмыскерлер болуы керек. Бұндай белгілерге, яғни, халық санының көрсеткіштері ірі экономикалық сөздіктерде қала ретінде және заңнамалық тұрғыда қала халқының санын қарастырады. Бірақ бұл халық санының көрсеткіштері әр мемлекетте әр түрлі ерекшеленеді. Мысалы, Данияда 250 адамнан басталып Жапонияда 30 мың адамға дейін жетеді. Ресейде қала болып саналу үшін 12 мыңнан аса адам өмір сүруі керек және оның 85 % ауыл шаруашылығы саласында жұмыс істемеуі қажет.

Тәуелсіз Мемлекеттер Достастығы бойынша қала мәртебесіне қатысушылар, елді мекен тұрғындарының санының ең төменгі шегін анықтау тетіктері толық әзірленбеген, осы себептерге байланысты белгілі бір дәрежеде халық шаруашылық және аймақтық заңдылықтар бойынша көрсетілген категориядағы қалалардың ара жігін анықтауда қиындықтар туындауда. Мысалы, Украина, Өзбекстан, Молдова, Қырғызстан мен Тәжікстанда қала халқының ең төменгі сандық көрсеткіші 10 мың адам, Қазақстанда, Латвияда, Арменияда, Түркіменстанда және Эстонияда — 8 мың, ал Белоруссияда — 6 мың, Грузияда, Әзербайжанда — 5 мың адам, Литвада сандық көрсеткіш

анықталмаған. Көптеген посткеңестік тәуелсіз мемлекеттерде заңнамада көрсетілген көрсеткіштерден төмен халқы бар қалалар бар [7].

Барлық қалалардың ішінен бейін, мамандану, негізгі индустрия, «функция» ұғымымен қатынасы бар моноқалаларды алып қарастырайық.

Монобейінді сипат қалада жалғыз индустрияның немесе экономикалық саланың басымдылығымен анықталады. «Монобейін» құрылымы ғылыми әдебиеттерде мономамандандырылған, моноқала, «бір компанияның қаласы» деген түсінік береді (1-кесте).

1 - кесте

### Шетел әдебиеттеріндегі моноқалалардың сипаттамасы

Ұғымдар	Мемлекет	Сипаттамасы	Елді мекендер атауы
Бір индустриялды қала	АҚШ, Ұлыбритания	Қаладағы барлық индустриялық кәсіпорындар тек бір индустрияға тиесілі	Бирмингэм, Питсбург
Зауыт-қала	АҚШ	Индустриялды кәсіпорынның айналасындағы қала	Манчестер
Фабрика-қала	Ұлыбритания, Еуропа	Текстиль өндірісінің айналасында құрылған қала	Престон, Бурлингтон
Компания-қала	АҚШ, Ұлыбритания, Жапония	Қала толығымен бір компанияның (инфрақұрылым, ғимараттар тағы басқа) меншігінде	Тойота, Жамшедпур
Тау кен-қала	АҚШ, Аустралия	Тау-кен өндірісін өндіруге ынталанған елді мекен	Теннат, Крик
Темір жол-қала	АҚШ, Канада	Ірі темір жол қиылыстарына жақын қала	Атланта, Денвер
Ресурсты-қала	Канада	Табиғи ресурстарды өндіретін кәсіпорынға жақын орналасқан елді мекен	Глэйс-Бей, Эллиот-Лейк

Ескерту. Дерек көзі: [8–20].

Қазақстанда қалаларды әлуметтік-экономикалық даму деңгейі бойынша зерттеу жұмыстарының тапшылығына байланысты, кейбір сәйкес немесе ұқсас деректерді ресейлік қалаларды жіктеу жүйесінің әдістемесі бойынша қарастыру қажеттілігі болып отыр.

Біздің ойымызша, моноқалаларды жергілікті өзін-өзі басқару жүйесінде екі деңгейлі басқару — қалалық субъектінің аталып көрсетілуі және ол жердегі елді мекендер мен аймақтардың (қала типтес қоныстармен қоса) әкімшілік аумақта біріктірілуі мүмкін. Мұндай тәжірибе Қазақстанның кейбір аймақтарында пайдаланылып келеді. Мысалы, Түркістан, Арыс және т.б. қалалар әкімшілік аумағына ауылдық округтердің тікелей енуі мен басқару жүйесінің бірге болуы. Бірақ бұл жүйе жоғары дәрежеде кенттелген қалалардың өздеріне тән ерекшелік сипаттарын толық есепке алу мүмкіндігіне ие болмайды. Сол себепті Ресейде «кенттелген (қала) аймақ» ұғымының пайда болуы және қала ішіндегі аймақтардың онымен әкімшілік негізде біріктірілуі басқару жүйесіндегі шығындарды азайтудың негізі болып табылады [21].

Мынадай категорияларды, яғни тұрғындар категориясын, индустриялық және аграрлық өндірістің үйлесуін, елді мекендердің бірнеше орталыққа орнығуға ұмтылуы, жолдардың жағдайы және барлық елді мекендердің коммуникацияларын аграрлық және қалалық елді мекендер деп бөлуге болады.

П.Хаггет [22] индустриялды, әкімшілік, сауда, университетті және демалыс қалаларын ескеруде қаланың мамандану индексын есептеуді ұсынды. Егер қаланың экономикасының негізгі даму көзін айқындай алатын болсақ, қалаларды жоғарыда аталған қалалар жіктемесіне жатқызуға болады. Мысалы, Ресейде Федерациясының депрессивті аймақтарын қолдау туралы құқықтық құжаттарда қалалардың даму деңгейін анықтауда негізгі индустрия көзіне басты назар аударуды ұсынды. Ол өз кезегінде құрылыс, индустриялды өндіріс, коммуникация, көлік, сауда немесе ауыл шаруашылығы болуы мүмкін және ол жерде соңғы он екі жылда халықтың 15 %-нан кем емесі жұмыс жасауы қажет немесе жалпы аймақтық өнімнің 20 %-нан индустрия бөлігі аз болмау керек.

Ю.Сурмин [23] өзінің зерттеулерінде жергілікті құрылымды оның функциялық белгілеріне қарай мультифункционалды және монофункционалды (бюджет, индустриялды, демалыс, тағы басқа) деп

бөлуді ұсынды. Қалаларды жіктеудегі тағы бір сипатының белгілеріне қаланың негізгі кәсіпорынының индустриялды қызметін анықтайтын мамандану болып табылады.

Г.Кузнецова [24] «мультибейінді» ұғымын қала экономикасының мамандануында бір индустрияның басымдылығы ретінде қарастырды. Г.Кузнецова бұған қоса «монобейінді елді мекен» терминін пайдаланды және оны сандық көрсеткіштермен анықтады. Оған қаладағы басымдылық көрсететін индустриядағы өнеркәсіптің өнімі қаладағы жалпы өндірілген өнімнің 50 %-дан жоғары болуымен немесе осы қаладағы халықтың 25 % астамы осы кәсіпорында жұмыс істеуімен сипаттады. Г.Кузнецова бұған қосымша монобейінді елді мекендер тобына аграрлық орман индустриясымен маманданған қоныстарды және бірнеше индустриялды емес елді мекендерді, яғни олардың басты функциясы теміржол транспорттарына қызмет көрсету, әскери бөлімдерге, рекреациялық қызметтер және ғылыми қалалар болды. Біздің пікірімізше, жоғарыда аталған қоныстар «моноқала» ұғымына сәйкес келмейді.

Ресейдің кейбір әлеуметтік реформалар бағдарламаларында «моноиндустриялды салалы қала» және «моноиндустриялды қала» терминдері қолданылған. «Мономаманданған қала» және «моноэкономикалы қала» терминдері арнайы әдебиеттерде де қолданылады. Әр терминнің жалпы және жекелей сипаттары бар. В.Кожин [25] ұғымдағы моно- (грек тілінде *monos* — бір дегенді білдіреді) сөзіне ерекше назар аударады, ал бұл өз кезегінде қаланың бір бағытты екеніне сәйкес келеді және бір белгілік сипаттың басқаларға қарағанда көп таралғанын (бір қалақұраушы кәсіпорын, бір саладағы экономикалық мамандану, бір басымдылық қызметтің үстемдігі, бір жұмыс беру ортасы) көрсетеді. Бұл жерде «монобейінді», «монофункционалды», «мономамандану», «моноиндустриялды» ұғымдары бір-бірінен алшақ екенін байқауымызға болады және функционалды, мамандану, индустриялды, бейінді ұғымдарын бір-біріне жақын деп айтуға келмейді.

В.Кожин «мономамандану» терминінің артық екендігін ескереді, себебі бұл *моно* сөзіне жақын екендігін аңғаруға болады және ол ешқандай артық мағына қоспайды, сосын ол белгілі бір аймақтағы қызмет түрінің бағыты ғана болып табылады. «Монофункционалды» ұғымы, автордың айтуы бойынша, белгілі бір қаладағы бір функцияның басқалардан басым болуын айтады, мысалы, басқарушылық функционалды қала. Моноиндустриялды қала деп бір индустриялы қалақұраушы кәсіпорыны бар ұқсас қаланы айтады. Монобейінді қала — ол бір бағытқа бағытталған және бір немесе соның сипаттарына ұқсас белгілері бар қаланы айтады. Біздің пікірімізше, айтылған бірнеше терминдер бір ерекшелікке бағытталады және оны біз «моноқала» ұғымына кіргізуіміз қажет. Кез келген арнайы қаланың спецификалық сипаттарында қаланың индустриялық бағыты немесе басты функциясы және бейіні мен индустриясы бойынша сәйкес келетін терминдерді пайдалану керек.

Ресейде RWAY мамандары «моноқала» ұғымына келесі анықтаманы ұсынды: «Монобейінді қала» дегеніміз — осы қаладағы қалақұраушы кәсіпорын барлық экономикалық жағдайларды және онымен қоса маңызды болып табылатын қаладағы әлеуметтік үдерістерді анықтайды. Бұндай анықтама қалақұраушы кәсіпорынның қаладағы әлеуметтік-экономикалық жағдайындағы рөлінің маңыздылығы туралы мағына береді, бірақ оның қаншалықты әсер ететінін деңгейін анықтау жайлы мүмкіндік бермейді.

Ұлттық тәжірибеде моноқалаға ұқсас тағы бір термин қолданылады, ол «моноөндіріс» термині, бұл қаладағы кәсіпорынмен қала халқының жұмыс жасаудағы бір-біріне жақын қарым-қатынасын бар болуын білдіреді және олардың өмірінің негізгі аспектілеріне үлкендей бір әсер етуімен байқалады.

«Моноиндустриялды кәсіпорын», «аймақтық маңызы бар кәсіпорын», «қалақұраушы кәсіпорын» ұғымдарын салыстыратын болсақ (ал олар өз кезегінде аймақтық индустрияның, аймақтың және жалпы арнайы жүйенің құрамдас бөлігі болып табылады), «қалақұраушы кәсіпорын» термині моносалалы өндірісті қаланың бір бөлігі болып табылады. Егер моноиндустриялды кәсіпорын термині индустрияға бағыттауды дәлелдейтін болса (ғылыми қаланың кәсіпорны емес немесе сервис секторының кәсіпорны емес), қалақұраушы кәсіпорын бұл сипатқа жатпайды. Осыдан шығатыны, біздің пікірімізше, екі ұғымның қарым-қатынасын жалпыдан жалқыға қарай ойлау жолы арқылы анықтауға болады. Бұл жағдайда түсініктерді міндетті түрде ескеру қажет: жүйе құраушы кәсіпорын — аймақтық маңызы бар кәсіпорын — қалақұраушы кәсіпорын — моноиндустриялды кәсіпорын болады.

«Моноқала» ұғымын анықтаудағы мәселе — бірнеше қалаларды моноқала санатына қоса салғаннан, қалалардың моноқалаларға нұсқайтын сипаттық белгілерді анықтау қиын болып табылады.

Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2012 жылғы 25 мамырдағы № 683 Қаулысында «моноқала» түсінігіне мынадай анықтама берілген: «Моноқала — бұл бір немесе бірнеше (көп емес) қала құраушы, бір бейінді және шикізаттық бағыттағы қаланың экономикалық және әлеуметтік жағдайын айқындайтын кәсіпорындарда еңбекке жарамды халықтың және өнеркәсіп өндірісінің негізгі бөлігі (20 пайыздан астамы) шоғырландырылған қала».

«Моноқалалар санатына тұрғындарының саны 10 мыңнан 200 мыңға дейін адамы бар:

- 1) қаланың негізінен өңдеу секторының қала құраушы кәсіпорындарының өнеркәсіп өндірісінің көлемі жалпы қалалық өндіріс көлемінің 20 % астамын құрайтын (мономамандандыру);
- 2) қаланың қала құраушы кәсіпорындарында жұмыспен қамтылған халықтың 20 пайыздан астамы жұмыс істейтін;
- 3) қала құраушы кәсіпорындары жартылай істейтін немесе мүлдем істемейтін өлшемдердің бірімен сипатталатын қалалар кіреді» [26].

ҚР Экономикалық даму және сауда министрлігінің мәліметтері бойынша, Қазақстанда бүгінгі таңда 27 елді мекен моноқала мәртебесін иеленген. Олардың басым көпшілігі шын мәнісінде дағдарыстан елеулі зардап шеккен. Жалпы алғанда, Қазақстанның моноқалаларында 1,53 млн адам, немесе елдегі қала тұрғындарының 16,8 %, мекендейді. Олардың ішінде 16 қала өздеріне тиісті аудандардың әкімшілік орталығы болып табылады, ал 11 қала аудан орталығы болып есептелмейді — Степногорск, Текелі, Серебрянск, Курчатов, Шахтинск, Саран, Қаражал, Лисаковск, Арқалық, Ақсу, Жаңаөзен. Олардың бір бөлігі облыстың маңызы бар қалалар болып саналады, ал бір бөлігі аудандардың біріктілуі нәтижесінде аудан орталығы мәртебесінен айырылып қалған.

Қазақстанның моноқалаларының тізімін негізінен 50 мың адамға дейінгі тұрғыны бар шағын қалалар құрайды. Оның ішінде тұрғындар саны 100 мыңнан астам төрт орташа қала да бар — Теміртау, Рудный, Жаңаөзен, Екібастұз.

2 - к е с т е

#### Қазақстанның моноқалалары

Облыстар	Моноқала аттары
Ақмола	Степногорск
Ақтөбе	Хромтау
Алматы	Текелі
Атырау	Құлсары
Батыс Қазақстан	Ақсай
Жамбыл	Қаратау, Жаңатас
Қарағанды	Балқаш, Жезқазған, Қаражал, Саран, Сәтпаев, Теміртау, Шахтинск, Абай
Қостанай	Арқалық, Жетіқара, Лисаковск, Рудный
Маңғыстау	Жаңаөзен
Павлодар	Ақсу, Екібастұз
Шығыс Қазақстан	Зыряновск, Курчатов, Риддер, Серебрянск
Оңтүстік Қазақстан	Кентау

*Ескерту.* Дерек көзі: Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2012 жылғы 25 мамырдағы № 683 Қаулысы.

Қалалардың экономикалық базасын, олардың салалық құрылымындарын талдау, негізгі қала құраушы кәсіпорындардың мәліметтерін талдау бізге қалалардың үш функционалды типін бөліп алуға мүмкіндік берді:

- 1) өндіруші өнеркәсіптің басымдығымен дамитын қалалар — 21 қала:
  - көмір өндіру — Абай, Саран, Шахтинск, Екібастұз;
  - мұнай мен газ өндіру — Ақсай, Құлсары, Жаңаөзен;
  - металл кендерін өндіру — Арқалық, Балқаш, Зыряновск, Қаражал, Кентау, Лисаковск, Риддер, Рудный, Текелі, Хромтау;
  - шикізат ресурстарының басқа да түрлерін өндіру — Жаңатас, Қаратау, Жетіқара;
- 2) өңдеуші өнеркәсіптің басымдығымен дамитын қалалар — 6 қала:
  - химия өнеркәсібі — Серебрянск;
  - машина құрылысы, металлургиялық өнеркәсіп (алтын), уран өндірісі — Степногорск;
  - металлургия өнеркәсібі — Ақсу, Жезқазған, Сәтпаев, Теміртау;
- 3) ғылыми-өнеркәсіптік орталық — Курчатов қаласы.

Қала құраушы кәсіпорындардың ағымдағы жағдайы бойынша оларды төмендегіше ажыратуға болады:

- 1) қала құраушы кәсіпорыны жұмыс істейтін моноқалалар (19 қала) — Абай, Ақсай, Ақсу, Балқаш, Жаңаөзен, Жезқазған, Жетіқара, Зыряновск, Қаражал, Құлсары, Курчатов, Лисаковск, Риддер, Рудный, Сәтпаев, Теміртау, Хромтау, Шахтинск, Екібастұз;
- 2) қала құраушы кәсіпорыны арақідік жұмыс істейтін моноқалалар (5 қала) — Арқалық, Жаңатас, Қаратау, Саран, Степногорск;
- 3) қала құраушы кәсіпорыны жұмыс істемейтін моноқалалар (3 қала) — Кентау, Серебрянск, Текелі.

Мысалы, қазіргі уақытта Ресейде «моноқала» ұғымын анықтауға келесі әдістер қолданылады. Бірінші әдіс: егер қала моноқала болып есептелсе, қалада бір кәсіпорында 5000 жоғары жұмыскер жұмыс жасайтын болса; қала халқының 1/4 (отбасы мүшелерін қоса алған кезде) осы жерде жұмыс істейтін болса болады. Бұны ескеретін болсақ, қала санатының болуы маңызды емес, егер осы сипаттар басқа да халық қоныстанған жерлерде кездесетін болса, бұларды да моноқалаға жатқызуға болады.

Сонымен қатар «монобейінді қала» ұғымы жайында және оның сипаттық белгілері жайлы Ресей үкіметінің ресми құжаттарында моноқалаларды сипаттаудағы негізгі белгілері келесідей құрастырылып көрсетілген: қалақұраушы кәсіпорны — қала ішінде өндірілген өнімнің жалпы көлемінің 50 %-на жоғарысын өндіру қажет немесе қала экономикасындағы жалпы халық санының 25 %-дан кем емесі осы монобейінді өндірісте жұмыс жасауы міндетті.

Екінші әдіс «моноқала» ұғымының кеңірек жағдайын қарастырады, яғни оның сәйкестендірілген дәрежеде бюджетке түсетін табыс көзі бір немесе екі кәсіпорынның есептелгенін ескереді. Мысалы, қала бюджетінің 30 % қала кәсіпорының өндірістегі қызметінен түсетін болса, онда ол қалақұраушы кәсіпорын болып саналады және, сәйкесінше, халық орналасқан жер моноқала болып аталады. Бұл нұсқаулар қалақұраушы кәсіпорын туралы ғана емес, моноқала жайлы кеңірек ұғынуға ой тастайды [27–29].

Айта кету керек, қалалардың монобейінді қалаларға сипаттайтын белгілерін жатқызуға, әсіресе олардың мемлекеттік қолдауы кезінде олар айтарлықтай өзгеріске ұшырайды. Осылай Ресей Федерациясының Үкіметі моноқалалардың әлеуметтік дамуындағы қаржылық дағдарыстың кері әсерін тигізетін мәселелерді азайту мақсатында ведомствоаралық жұмыс тобын құрды және осы жұмыс тобы монобейінді қалалардың санатын анықтайтын белгілерді жасап шығарды. Оларды нақтырақ атап өтетін болсақ:

- бір немесе бірнеше өндірістік технологиялық процесс аясында жұмыс жасайтын кәсіпорындардың қолжетімді болуы және осы кәсіпорындарда экономикалық белсенді халықтың 25 % астамы жұмыс жасауы қажет;
- бір немесе бірнеше өндірістік технологиялық процесс аясында жұмыс жасайтын кәсіпорындардың қолжетімді болуы және осы кәсіпорындар қаладағы өнімдердің 50 %-нан жоғары өнімін өндіруі қажет;
- қосымша моноқала санатын анықтайтын белгілерге бір немесе бірнеше өндірістік технологиялық процесс аясында жұмыс жасайтын кәсіпорындардың қолжетімді болуы және осы кәсіпорындардан түсетін жергілікті бюджет құрылымына осы қаладағы барлық кәсіпорындардың бюджетке түсетін түсімдері мен салықтарының 20 % кем болмауы тиіс.

Осы сипаттық белгілерді қарастыра отыр, қалалардың сандық көрсеткіштеріне қарағанда осындағы ерекшеліктер кәсіпорынның қаланың дамуындағы әсеріне маңызды екеніндігін көрсетеді. Біріншіден, моноқалалардың және қалақұраушы кәсіпорындарының сандық анықтамасын ресми сипаттары арқылы қаладан моноқалаға және жүйе құрайтын кәсіпорыннан қалақұраушы кәсіпорынға нұсқауды жорамалдау арқылы анықтау оңайға түседі. Бірақ бұл ресми сипаттар мемлекеттің экономикалық даму мақсатымен тапсырмаларына байланысты заңнамада өзгертілуі мүмкін. Екіншіден, олар бірнеше кәсіпорындардың қала экономикасына тигізетін әсерінің деңгейін асыра сілтеп жібере алады. Сондықтан біз бұл белгілерді қатып қалған ереже ретінде қабылдауды дұрыс деп санамаймыз, бірақ қала экономикасына кәсіпорынның әсер ету деңгейін бағалауды дұрыс деп ойлаймыз.

Бұл белгілердің басқа да қолайсыз жақтары — олардың статистикалық есепке алу жүйесі. Мысалы, моноқалаларды әлеуметтік-экономикалық даму жобасы қабылданбағанымен, ол идеяны уақытша шектеуге қоюы, белгілі бір уақытында олардың ерекше деңгейде қойылғанының өзі жақсы

екенін көрсетеді. Бұл дегеніміз, тек қалақұрушы кәсіпорынның қала экономикасына әсер ету деңгейінің анықталғаны ғана емес, оның ұзақтығында көрсетеді. Сонымен, егер қала экономикасының саласында өзгерістер тек қалақұраушы кәсіпорынның өнімі бірден төмен түсуінен болса, онда ол жағдайда өзгеріс тудырған себеп анықталып, оның ары қарай дамуы айқындалады.

Бұл талдау қаладан моноқалаға нұсқайтын негізгі белгілерге кәсіпорын (немесе бірнеше компаниялардың) өндірісінің Қазақстанда — 20 %, Ресейде 50 % жалпы өндірістегі алатын үлесін немесе осы кәсіпорында жұмыс жасайтын экономикалық белсенді халықтың 20 % үлесін ескеруді түйіндейді.

Қорытындылай келе, осы белгілердің динамикалық өзгерісін талдау қажеттілігі және осы арқылы моноқала экономикасы саласындағы болатын өзгерістерді ықтималдылыққа алуға мүмкіндік береді, себебі нарықтағы тұрақсыз сұраныс пен ұсыныстан, қала құраушы кәсіпорындардың жағдайлары нашарлап, көптеген жұмыс орындарының жабылып қалу қауіпі әлі де сақталып отыр.

### Әдебиеттер тізімі

- 1 Назарбаев Н.Ә. Әлеуметтік-экономикалық жаңғырту — Қазақстан дамуының басты бағыты // Егемен Қазақстан. — 2012. — 28 қаңт.
- 2 Chauncy Harris D. A functional classification of cities. — The United States. Geographical Review. — New York, 1943. — P. 86–99.
- 3 Chauncy Harris D. The cities of the Soviet Union, United States Review. — New York, 1945; 1975. — P. 107–121.
- 4 Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка (включающий более 41089 словарных статей). — М.: Изд-во «Азъ», 1992.
- 5 Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка (включающий более 70000 слов). — М., 2010.
- 6 Ушаков Д.Н. Толковый словарь современного русского языка (100000 слов и словосочетаний). — М.: Аделант, 2013. — 800 с.
- 7 Мырзалиев Б.С. Социально-экономическое развитие малых и монопрофильных городов: Монография. — Алматы, 2013. — С. 10.
- 8 Atlas of Shrinking Cities Edited by Philipp Oswalt and Tim Rieniets. Hatje/Cantz. Ostfildern. — 2006.
- 9 Champion A. Urbanization, Suburbanization, Counterurbanization and Reurbanization. Handbook Urban Studies, ed. Paddison R. — 2001. — P. 143–160.
- 10 Couch C., Fraser C., Perys S. Urban regeneration in Europe. — Blackwell Publishing, 2003. — P. 167.
- 11 Graham S. Imagining the real-time city: telecommunications, urban paradigms and the future of cities. Imagining Cities. Edit. by Westwood S., Williams J. Routledge, 1997. — P. 31–49.
- 12 Haase A., Steinführer A., Kabisch S. Understanding, Hypotheses and Key Indicators of Reurbanisation with Reference to Demographic Change. Compilation based on the contributions of the project consortium, September. — 2003.
- 13 Hall P. Aged Industrial Countries. Atlas of shrinking cities. Ostfildern: Hatje Cantz Verlag. — 2006.
- 14 Illeris S. Counterurbanization revisited: the newmap of population in central and northwestern Europe. — in: M.J.Bannon, L.S.Bourne and R.Sinclair (Eds) Urbanization and Urban Development. — Dublin: Service Industries Research Centre, 1991. — P. 1–16.
- 15 Keeble D. Industrial Decline in the Inner City and Conurbation. Transactions of the Institute of British Geographers, New Series, 1978. — P. 1–3.
- 16 Kotkin J. Suburbia: Homeland of the American Future. The next American City. — 2006. — P. 11–19.
- 17 Lever W.F. Deindustrialisation and the reality of the post-industrial city. Urban Studies. 6 (28). — 1991. — P. 983–999.
- 18 Lever W.F. Reurbanisation — the Policy Implications. Urban Studies. — 2 (30). — 1993. — P. 267–284.
- 19 Mills E. Studies in the structure of the urban economy. — Baltimore: John Hopkins. — 1972.
- 20 Panebianco S., Kiehl M. Suburbanisation, Counterurbanisation, Reurbanisation? An empirical analysis of recent employment and population trends in Western Europe. — Paper presented at the ERSA 2003 conference, Jyväskylä.
- 21 Иванец Г.И., Калинин И.В., Червонюк В.И. Конституционное право России: энциклопедический словарь / Под общ. ред. В.И.Червонюка. — М.: Юрид. лит., 2002. — 432 с.
- 22 Хаггет П. География. Синтез современных знаний (переводчик: Л.Кудряшева) / Прогресс. — 1979 г. — 688 с.
- 23 Сурмин Ю.П. Теория систем и системный анализ: Учеб. пособие. — Киев: МАУП, 2003. — 368 с.
- 24 Кузнецова Г.Ю. Социально-экономические трансформации монопрофильных поселений в переходной экономике. Региональные исследования. — 2004. — № 1 (3). — 33–43 с.
- 25 Кожин В.А. Управление социально-экономическим развитием моногорода / В.А.Кожин, А.А.Преснецов, В.С.Провалов. — Киров: ВятГГУ, 2008. — 312 с.
- 26 Монокалаларды дамытудың 2012–2020 жылдарға арналған бағдарламасын бекіту туралы // Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2012 жылғы 25 мамырдағы № 683 Қаулысы.
- 27 Об актуализации перечня моногородов // Приказ Минрегиона России от 23 декабря 2011 г. — № 597. — [ЭР]. Режим доступа: www.pfo.ru

28 О критериях отнесения муниципальных образований Российской Федерации к монопрофильным (моногородам) и категориях монопрофильных муниципальных образований Российской Федерации (моногородов) в зависимости от рисков ухудшения их социально-экономического положения // Постановление Правительства РФ от 29 июля 2014 г. — № 709.

29 О Перечне монопрофильных муниципальных образований РФ (моногородов) // Распоряжение Правительства РФ от 29 июля 2014 г. № 1398. — [ЭР]. Режим доступа: www.government.ru

Б.С.Мырзалиев, Л.Т.Тайжанов

## Формирование научно-теоретических основ экономической системы моногородов Казахстана

В статье показано, что неустойчивость экономической ситуации в монопрофильных городах ведет к нестабильности всех социально-экономических процессов и затрагивает большие массы людей. Однако в Казахстане, отмечают авторы, слабо разработана научно-методическая оценка развития экономики моногородов, которая приобретает в настоящее время все большее значение. Современные теоретические аспекты моногородов, подчеркнута в статье, тесным образом взаимосвязаны с различными школами и направлениями экономической мысли, формирующими их основы и методологию, определяющими особенности практики оптимального функционирования моногородов и наиболее рационального государственного регулирования их социально-экономического развития. Выделено, что в практике мировой экономики существенное влияние на процесс формирования и развития моногородов оказала теория размещения производительных сил общества, основы которой были заложены представителями неоклассического направления экономической мысли.

B.S.Myrzaliev, L.T.Taizhanov

## Formation of scientific-theoretical foundations of the economic system monotowns of Kazakhstan

The instability of the economic situation in the single-industry towns leads to instability of all socio-economic processes and affects large numbers of people. However, in Kazakhstan poorly developed scientific-methodical assessment of economic development of mono-towns, which now becomes more and more important. Modern theoretical aspects of single-industry towns are closely linked with various schools and trends of economic thought, forming their framework and methodology for determining the particular practice of optimal functioning of single-industry towns and the most efficient state regulation of their socio-economic development. In practice, the global economy a significant impact on the formation and development of single-industry towns had a theory of the distribution of productive forces of society, the foundations of which were laid by representatives of the neoclassical school of economic thought.

### References

- 1 Nazarbayev N.A. *Socio-economic modernization — main direction of development of Kazakhstan*. Independent Kazakhstan, 2012 January, 28.
- 2 Chauncy Harris D. *A functional classification of cities*. — The United States. Geographical Review, New York, 1943, p. 86–99.
- 3 Chauncy Harris D. *The cities of the Soviet Union*, United States Review, New York, 1945; 1975, p. 107–121.
- 4 Ozhegov S.I., Shvedova N.Y. *Dictionary of Russian language (which includes more than 41,089 entries)*. Publ. house «Az», 1992.
- 5 Ozhegov S.I., Shvedova N.Y. *Dictionary of Russian language (including more than 70,000 words)*, Moscow, 2010.
- 6 Ushakov D.N. *Explanatory dictionary of modern Russian language (100,000 words and phrases)*, Moscow: «Adelant», 2013, 800 p.
- 7 Myrzaliev B.S. *Socio-economic development of small and single-industry town: monograph* Almaty, 2013, p. 10.
- 8 *Atlas of Shrinking Cities*, edit. by Philipp Oswalt and Tim Rieniets. Hatje/Cantz. Ostfildern, 2006.
- 9 Champion A. *Urbanization, Suburbanization, Counterurbanization and Reurbanization: handbook* Urban Studies, edit. Paddison R., 2001, p. 143–160.
- 10 Couch C., Fraser C., Persy S. *Urban regeneration in Europe*, Blackwell, 2003, p. 167.
- 11 Graham S. *Imagining the real-time city: telecommunications, urban paradigms and the future of cities. Imagining Cities*. Edit. by Westwood S., Williams J. Routledge, 1997, p. 31–49.
- 12 Haase A., Steinführer A., Kabisch S. *Understanding, Hypotheses and Key Indicators of Reurbanisation with Reference to Demographic Change. Compilation based on the contributions of the project consortium*, 2003, September.

- 13 Hall P. *Aged Industrial Countries. Atlas of shrinking cities*. Ostfildern, Hatje Cantz Verlag, 2006.
- 14 Illeris S. *Counterurbanization revisited: the newmap of population in central and northwestern Europe*, in: M.J.Bannon, L.S.Bourne and R.Sinclair (Eds) *Urbanization and Urban Development*, Dublin: Service Industries Research Centre, 1991, p. 1–16.
- 15 Keeble D. *Industrial Decline in the Inner City and Conurbation*. Transactions of the Institute of British Geographers, New Series, 1978, p. 1–3.
- 16 Kotkin J. *Suburbia: Homeland of the American Future*, The next American City, 2006, p. 11–19.
- 17 Lever W.F. *Deindustrialisation and the reality of the post-industrial city*, *Urban Studies*, 6 (28), 1991, p. 983–999.
- 18 Lever W.F. *Reurbanisation — the Policy Implications*, *Urban Studies*, 2(30), 1993, p. 267–284.
- 19 Mills E. *Studies in the structure of the urban economy*, Baltimore: John Hopkins, 1972.
- 20 Panebianco S., Kiehl M. *Suburbanisation, Counterurbanisation, Reurbanisation? An empirical analysis of recent employment and population trends in Western Europe*, Paper presented at the ERSA 2003 conference, Jyväskylä, 2003.
- 21 Iwaniec G.I., Kalenski I.V., Chervonyuk V.I. *Constitutional Law of Russia*, Encyclopedic Dictionary / ed. it. V.I.Chervonyuk, Moscow, jurid. Lighted., 2002, 432 p.
- 22 Hagget P. *Geography. Synthesis of current knowledge* (translator: L.Kudryasheva), Progress, 1979, 688 p.
- 23 Surmin Yu.P. *Systems theory and systems analysis: Proc. allowance*, Kiev: AIDP, 2003, 368 p.
- 24 Kuznetsova G.Yu. *Socio-economic transformation of single-industry communities in a transition economy*, *Regional studies*, 2004, 1 (3), p. 33–43.
- 25 Kojin V.A. *Management of the socio-economic development of company towns / V.A.Kojin., Presnetsov A.A., Provalov V.S., Kirov: VyatGGU, 2008, 312 p.*
- 26 *On approval of the program for 2012–2020 for the development of single-industry towns*, Resolution № 683 dated May 25, 2012, the Government of the Republic of Kazakhstan.
- 27 *On the updating of the list of one-company towns*, Order Ministry of Regional Development of Russia on December 23, 2011 597, [ER]. Access mode: [www.pfo.ru](http://www.pfo.ru)
- 28 *On the Criteria of municipalities of the Russian Federation to the single-industry (single-industry towns) and the categories of single-industry municipalities of the Russian Federation (monocities) depending on the risk of deterioration of their socio-economic status*, Government Decree of July 29, 2014, 709.
- 29 «On the list of single-industry municipalities of the Russian Federation (one-company towns).» Order of the Government of the Russian Federation on July, 29, 2014, 1398, [ER]. Access mode: [www.government.ru](http://www.government.ru)

### А.З.Стыбаева

*Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букетова  
(E-mail: stybaevaigul@mail.ru)*

## **Выставочная деятельность в системе управления инновациями**

В статье раскрываются сущность и цели функционирования выставок. Анализируются особенности управления конкурентоспособностью услуг выставочного бизнеса. Рассматриваются факторы и элементы конкурентоспособности экспоуслуг. Изучаются вопросы становления всемирных универсальных и международных специализированных выставок — ЭКСПО. Отмечается, что международная выставка является капиталоемким мероприятием, которое позволяет частично возместить затраты лишь при наличии достаточно большого количества посетителей. Особое внимание уделяется различным аспектам подготовки и проведения международной специализированной выставки ЭКСПО, посвященной энергии будущего, в Астане в июне–сентябре 2017 г.

*Ключевые слова:* выставка, экспоуслуги, цели, стратегия, выставочная деятельность, конкурентоспособность, факторы, качество, типы, энергия будущего.

### *Сущность и цели функционирования выставок*

Выставка — это показ, основная цель которого состоит в просвещении публики путем демонстрации средств, имеющихся в распоряжении человечества для удовлетворения потребностей, а также в целях прогресса в одной или нескольких областях его деятельности или будущих перспектив. На выставках традиционно представляются новинки промышленности и искусства, заключаются сделки [1; 369].

Выставочные услуги (экспоуслуги) — это результат деятельности организаторов выставок (ярмарок), направленной на удовлетворение потребности предприятий в участии в экспомероприятиях с целью демонстрации и обеспечения сбыта своих товаров и услуг. Местом оказания (потребления) экспоуслуг служат выставки (ярмарки). Потребителями выставочных услуг являются экспоненты и посетители выставок, провайдером — организаторы выставок (выставочные операторы). Совокупность организационно-экономических отношений между экспонентами и операторами по поводу предложения, приобретения, предоставления и потребления выставочных услуг образует рынок выставочных услуг (выставочный рынок) [2; 87].

Изготовители, потребители продукции, посреднические организации нуждаются в непрерывном информационном обеспечении. В связи с этим на товарном рынке немалая роль отводится постоянно действующим выставкам продукции производственно-технического назначения и народного потребления. Функционирование таких выставок преследует многие цели [3; 261]:

а) оказание предприятиям, организациям, арендаторам, лицам, занимающимся индивидуально-трудовой деятельностью, выставочно-информационных услуг;

б) развертывание рекламной деятельности. На договорных началах осуществляется рекламирование новой продукции, научно-исследовательских, конструкторских, технологических разработок, различных работ и услуг, а также вторичных ресурсов и изделий из них;

в) информирование потенциальных потребителей о новой продукции, сферах ее применения и возможностях приобретения. Совместно с предприятиями и организациями на выставке создается региональная информационно-справочная система и в ее составе банк данных о новой продукции, ее изготовителях, возможностях приобретения и реализации, другой коммерческой информации;

г) обмен коммерческой информацией с другими регионами, что способствует рационализации хозяйственных связей;

д) освещение достижений и перспектив развития в области науки и техники, освоения и внедрения новой технологии, прогрессивных технологических процессов и т.д. При этом используются печать, радио, телевидение, кино, магнитофонные записи лекций и бесед и др.

Проведение маркетинговой работы на выставке связано с изучением конъюнктуры рынка и рыночных связей, организацией рекламы, оказанием услуг, подбором экспонатов, поиском и подбором зарубежных фирм, способных стать партнерами в поставках конкурентоспособной продукции [3].

На базе экспозиций павильонов, смотров, выставок организуются краткосрочные курсы, научно-технические семинары и конференции, встречи с целью обмена опытом, консультации посетителей. Подготавливается и обеспечивается издание проектов по тематическим выставкам и другой литературы, технической документации на образцы новой техники, приспособлений и усовершенствований. В организации выставок важное значение имеют показ машин, оборудования, техники, изготавливаемых внешнеэкономическими партнерами (инофирмами), систематическое изучение выставочного дела и методов показа экспонатов на зарубежных выставках с целью использования современных научно-технических средств в оформлении экспозиций.

*Выделение выставочной деятельности как  
специальной функции управления предприятием*

В системе управления инновациями выставочная деятельность представляет особый инструмент, специализированную функцию, которая направлена на использование потенциала промышленных выставок для повышения экономической эффективности организации.

Президент ассоциации «Ярмарки и салоны Франции» Ален Вебер утверждает, что выставки и ярмарки стали сегодня полноправными участниками глобального экономического развития страны, континента, всего мира.

Выставочная деятельность носит системный характер и позволяет рационально сочетать маркетинговую концепцию развития фирмы и концепцию технологического проталкивания. Главная цель участия в выставке — «улавливание» нового знания технического, технологического и маркетингового характера, обеспечение координации деятельности в системе «НИОКР — производство — маркетинг». Выделяются следующие проблемные точки в управлении данной деятельностью на предприятиях [1; 381]:

- недостаточная специальная и психологическая подготовка персонала экспонентов при работе на выставочных стендах;
- преимущественный акцент руководства предприятия на такие показатели, как количество посетителей, объем сделок или проявленная готовность к их заключению, получение наград;
- неинформированность большинства персонала об участии собственного предприятия на выставке и проводимых околорыночных мероприятиях (конференциях, круглых столах и т.д.);
- отсутствие обсуждения в соответствующих подразделениях предприятия идей конкурентов и других экспонентов, оригинальных решений изделий, новых технологических новинок, представленных на выставке.

В целом стратегия выставочной деятельности предприятия предполагает выполнение значительного числа функций, реализующих инновационные и маркетинговые цели. Взаимосвязь и взаимовлияние этих целей учитываются посредством формирования перечня выставок и ярмарок, в которых предприятие может участвовать в различных формах, в зависимости от типа выставки (табл. 1).

Т а б л и ц а 1

**Типы выставок и ярмарок**

Признак	Тип
1	2
По частоте проведения	Периодические (как правило, каждые три года) Ежегодные Сезонные Постоянные (постоянно действующие экспозиции, кабинеты образцов, демонстрационные залы)
По масштабу	Региональные Межрегиональные Национальные Международные (иностранные участники составляют не менее 10—15 % экспонентов) Всемирные (национальное участие экспозиций различных государств)

Продолжение таблицы 1

1	2
По месту расположения	Передвижные Стационарные
По виду предложений экспонентов	Универсальные (представляются несвязанные группы товаров) Отраслевые Выставки потребительских товаров
По целям организации	Торговые Промышленные Инновационные
По видам посетителей	Публичные (допускаются все желающие) Профессиональные (приглашаются только специалисты)

*Примечание.* Использованы источник данные работы [1; 382].

Периодичность проведения выставки зависит от вида продукции и уровня конкуренции. Чем острее конкуренция и короче жизненный цикл продукта, тем соответственно выше частота появления новых товаров. Поэтому увеличивается потребность в проведении выставок, а значит, растет их частота.

#### *Факторы и элементы конкурентоспособности выставочных услуг*

Конкурентоспособность выставочной услуги можно определить как ее преимущество по сравнению с другой экспослужбой, способность выдержать сравнение с аналогичными услугами других провайдеров и продаваться по ценам не ниже среднерыночных [4; 69].

Управление конкурентоспособностью выставочных услуг состоит в обеспечении оптимального соотношения составляющих элементов и факторов их конкурентоспособности.

Системообразующие факторы конкурентоспособности экспослужб — это их основные экономические характеристики, ключевые потребительские свойства, способы позиционирования на рынке, потенциал, процессы и результаты хозяйственной деятельности провайдера, нормы и особенности развития национального рынка, на основании которых могут быть получены конкурентные преимущества.

Применительно к обеспечению конкурентоспособности экспослужб представляется целесообразным разделение факторов и элементов конкурентоспособности на ценовые и неценовые (рис.).

Ценовой фактор складывается из цены продажи выставочных услуг и затрат на их потребление (подготовка и работа на выставке, доставка образцов, командировочные расходы и т.д.).

Неценовые факторы конкурентоспособности выставочных услуг — это их качество, конкурентоспособность рыночного предложения, а также конкурентоспособность фирмы-провайдера.

Цена продажи выставочной услуги складывается из стоимости экспоплощади, размера надбавок за тип и местоположение стенда, регистрационного взноса участника, цены выставочного оборудования и дополнительных услуг. Причем вклад первых двух составляющих — определяющий.

Качество выставки характеризуется количеством и уровнем контактов экспонент – посетитель. Формальная оценка качества выставочных услуг сводится к определению следующих базовых статистических показателей:

- число нужных экспоненту посетителей-специалистов и их профессионально-качественный состав (происхождение, специальность, уровень компетентности);
- нетто — площадь экспозиции (общая, закрытая, открытая);
- число и состав экспонентов.

Качество международных выставочных мероприятий подтверждается еще и долей иностранных экспонентов, а также числом стран-участниц.

Первая выставка была проведена в Лондоне в 1851 г. — «Великая выставка изделий промышленности всех наций». Выставка пользовалась огромным успехом. Каждая страна-участница была призвана внести свой вклад в развитие выставки, которая являлась местом демонстрации различных достижений. Главным событием первой выставки стало возведение Хрустального дворца — гигантского здания из стекла и стали. На лондонской выставке было приблизительно 20 тысяч участников и представлено около 100 тысяч экспонатов. Всего на выставке побывали 6 миллионов человек. В 1855

г. инициативу проведения всемирных выставок подхватили французы, которые блестяще провели в Париже выставки в 1867, 1878, 1889 и 1900 гг.

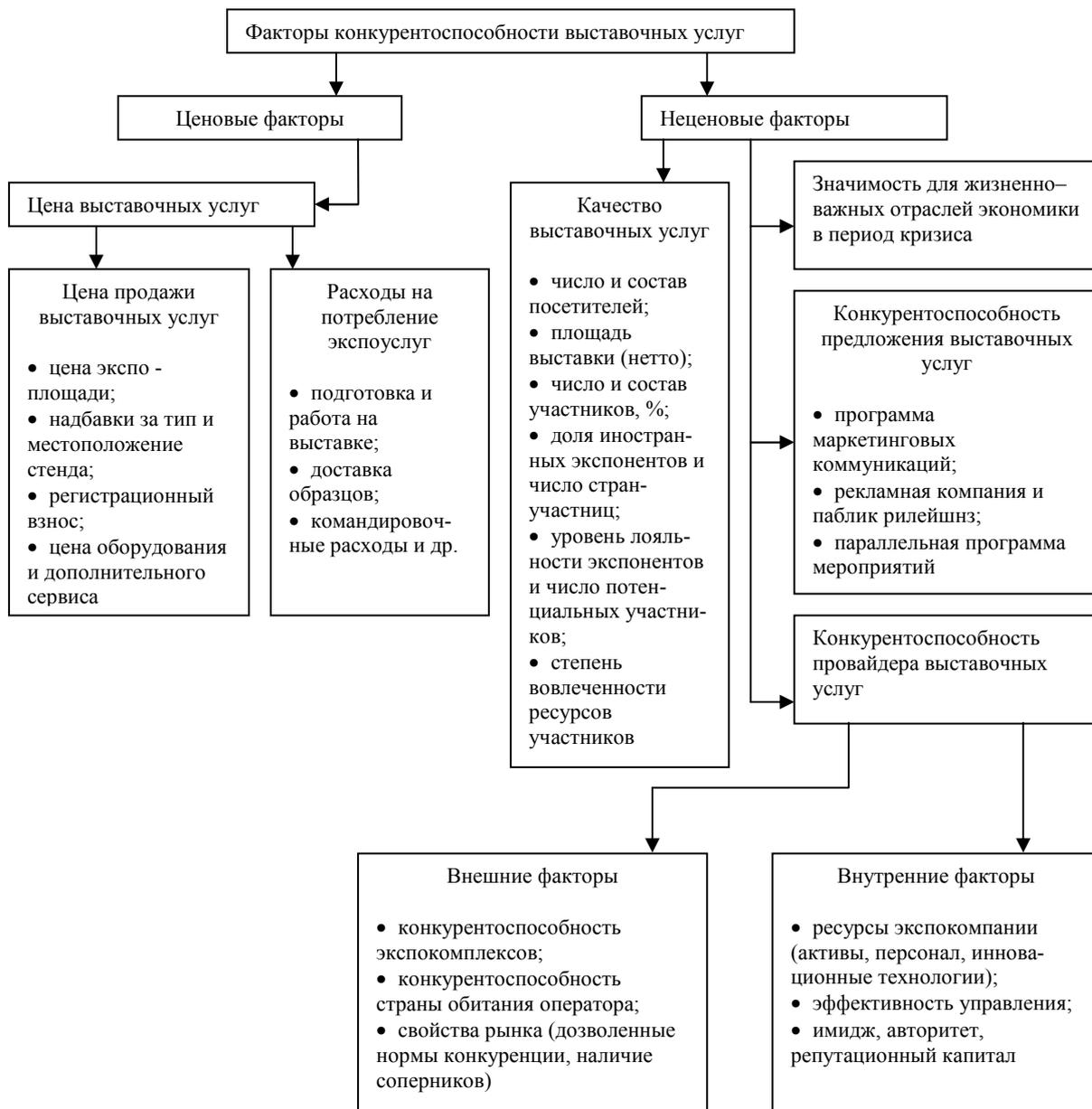


Рисунок. Систематизирующие факторы и составляющие элементы конкурентоспособности выставочных услуг (данные работы [4; 70])

*Становление всемирных универсальных и международных специализированных выставок — EXPO*

В скором времени и другие большие города начали проявлять интерес к подобному способу привлечения к себе изготовителей и мастеров со всего мира. Наиболее успешно проведенными международными выставками были признаны те, которые были проведены в Вене (1873), Филадельфии (1876), Барселоне (1888), Сент-Луисе (1904), Турине (1911), Брюсселе (1958) и Монреале (1967).

С ростом интереса и количества мероприятий в выставочной индустрии назрела необходимость заключения международного соглашения, регулирующего процедуру проведения международных выставок. Так, 22 ноября 1928 г. в Париже делегаты из 31 страны подписали первую Конвенцию о международных выставках [5; 21].

Конвенция установила порядок и свод правил в системе мировых выставок, регулируя частоту их проведения и определяя права и обязательства участников и организаторов выставок. В то же время с целью предоставления гарантий соответствия с положениями Конвенции было создано Бюро Международных Выставок (Бюро).

В свете разного рода событий, произошедших за несколько десятков лет деятельности Бюро, а также в связи с новыми экономическими тенденциями (рост показателей развития, сокращение расстояния и времени в путешествии, а также появление новых стран на мировой карте), появилась необходимость тщательного пересмотра Конвенции 1928 г. Таким образом, концепция Конвенции была пересмотрена в 1965 г., в результате чего 30 ноября 1972 г. был подписан Протокол, являющийся и поныне основным документом, регулирующим организационные моменты в проведении международных выставок.

#### *Типы международных выставок*

Различаются два типа международных выставок [5; 22–24].

##### *1. Всемирные универсальные выставки (International Registered Exhibitions)*

С начала XXI в. универсальные выставки проводятся каждые пять лет длительностью в 6 месяцев. В универсальных выставках могут принять участие и страны, и международные организации, и корпорации, и др.

Темы универсальных выставок обширны и имеют более общий характер. Участники сами должны проектировать и строить свои павильоны. Однако существуют исключения, когда руководство ЕХРО строит здания для павильонов или сеть павильонных помещений для максимизации количества участников и оптимизации объема расходов для развивающихся стран.

Универсальные выставки отличаются своим масштабом, занимая площадь в 300–400 га. К примеру, ЕХРО в Монреале в 1967 г. занимало территорию в 410 га, в Осаке в 1970 г. — 330 га, в Севилье в 1992 г. — 215 га, в Шанхае в 2010 г. — 500 га.

Павильоны стран, принимающих участие в выставке, также отличаются большими размерами. Иногда их размер доходит до 5–10 тыс. кв. м и нескольких этажей в высоту: павильон Австралии в Шанхае-2010 — 5000 кв. м, павильоны Великобритании и Канады — 6000 кв. м.

При этом, в связи с тем, что универсальные выставки, как правило, проводятся в ключевых и главных центрах мирового сообщества, количество их посетителей достигает 200 000 человек в день и выше, а за 6-месячный период — 50–70 млн человек. Так, ЕХРО-1967 в Монреале посетило 54 млн человек, ЕХРО-1970 в Осаке — 64 млн человек, ЕХРО-1992 в Севилье — 41 млн человек, ЕХРО-2010 в Шанхае — 73 млн человек.

Таким образом, эффективная организация транспортной и другой инфраструктуры очень важна при проведении универсальных выставок.

Суммы расходов по проведению такого рода выставок и принятию участия в них довольно высоки по сравнению с более скромными по своим бюджетам специализированными выставками.

Всемирная универсальная выставка ЕХРО-2015 состоится в Милане (Италия) под лозунгом «Накормить планету, энергия для жизни»; основная идея заключается в том, что все люди на планете должны иметь доступ к здоровым, безопасным продуктам питания и в достаточном количестве.

##### *2. Международные специализированные выставки (International Recognised Exhibitions)*

Специализированные выставки проводятся в промежутках между универсальными выставками продолжительностью от 6 недель до 3 месяцев. В специализированных выставках принимают участие государства, страны, международные организации, гражданские сообщества и объединения.

Тематика таких выставок более конкретна и, как правило, отражает научные, технологические и экономические достижения страны-организатора в конкретной области, включая гуманитарные, социальные и экологические аспекты. К примеру, выставка в Сарагосе в 2008 г. проходила под тематикой «Вода и устойчивое развитие», в Йосу в 2012 г. — «Жизнь океана и побережья». При этом тематика выставки должна обязательно согласовываться не только с Бюро, но и с другими всемирными организациями, включая ООН.

На специализированных выставках павильоны в аренду не сдаются. При этом размер павильона должен быть не более 1000 кв. м, а площадь выставочной территории не должна превышать норму в 25 га.

Павильоны стран-участниц универсальных и специализированных выставок подразделяются на четыре категории (А, В, С и D), в зависимости от своих размеров. На каждом ЕХРО международное

жюри вручает призы за лучшее раскрытие темы, а также за лучшую экспозицию в каждой из этих категорий.

Вопрос прибыльности при проведении ЕХРО целиком и полностью зависит от параметров, заложенных организаторами до непосредственного мероприятия. И соотношение прибыли и общих расходов показывает, какой уровень организации и готовности был в каждом из случаев. Например, потери от ЕХРО в Ванкувере (Канада) в 1986 г. составили 33 млн долларов США, а в Ганновере (Германия) в 2000 г. общие затраты превысили выручку 1,1 млрд долларов США.

Дело в том, что участие предприятия в инновационной выставке требует проведения значительного комплекса мероприятий и не ограничивается моментом окончания работы выставки. Предъявляются повышенные требования к площади экспозиции, стенду, экспозиционным материалам и их патентной защите, персоналу, презентующему предприятие на выставке и участвующему в выставочных мероприятиях, и т.д. При этом, в отличие от торговой выставки, где целевая установка связана со сбытом и именно представители данного подразделения в большей степени задействованы в ее подготовке и проведении, выставка инновационного типа требует привлечения в разной степени всех подразделений.

По сути, работа на выставке — это вновь созданный научно-технический продукт, так как генерируется новое знание и определяется форма его представления посредством экспозиции, информационных материалов, консультаций специалистов и т.д. Этот продукт реализуется посредством сложного механизма формирования интереса к фирме (табл.2).

Т а б л и ц а 2

**Инновации на Всемирной выставке «Экспо — 2000:  
Человек — Природа — Техника» (Ганновер)**

Тематика	Содержание и способ представления информации о новинках
Мир знаний	В роли экскурсоводов выступают роботы-информаторы, «инфомобили». Это 72 белые полусферы (или полуяйца) в рост человека, которые неспешно скользят по голубому полу, не задевая посетителей, не сталкиваясь друг с другом и другими экспонатами. Человек, заинтересовавшись рассказом «инфояйца», просто идет вслед за ним. Время от времени «яйца» соединяются в группы по 12 штук и дают коллективные мультимедийные представления, демонстрирующие, как меняется мир под влиянием информационных технологий.
Энергия	Имитация полета на космическом корабле, в котором посетитель может увидеть мир так, как его видит человек, пролетающий в космосе над Землей. Во время «полета» бортовой компьютер расскажет об энергетической ситуации на Земле, где находятся основные запасы энергоресурсов, как их добывают и расходуют в разных регионах мира.
Экология	Посетитель, оставаясь сухим, может ходить в окружении рыб внутри океана, летать между деревьями в тропическом лесу и путешествовать по незнакомым городам. При этом акцент делается на рассказе о проблемах окружающей среды.
XXI век	Оригинально обыграны мечта многих фантастов отправиться в путешествие в будущее. Войдя в павильон, посетитель оказывается в 2100 г. Подобно археологу на раскопках, который уходит в глубь веков, снимая слой за слоем, так и он год за годом, возвращается назад к 2000 г. По дороге встречается Дакар – 2070 г., Шанхай – 2030 г., немецкий Аахен – 2010 г. Пояснения при этом дает виртуальная журналистка Лиза, свидетельница века. В первых эпизодах она — 110-летняя «гранд-дама», ветеран журналистики, но с каждой минутой Лиза становится все моложе и в конце концов оказывается десятилетней девочкой, пришедшей в 2000 г. на Всемирную выставку в Ганновере.
Здоровье	Предусмотрена возможность немного передохнуть. В павильоне можно полежать в массажном кресле у голубого озера, понаблюдать за теми, кто играет в пляжный волейбол или катается на роликах. Правда, не сразу различишь границу между виртуальным и реальным миром.

*Примечание.* Использованы данные работы [1; 386].

Кстати, весьма доходной оказалась Всемирная выставка ЕХРО, проведенная в Шанхае (Китай) в 2010 г. Операционный доход составил 157 млн долларов США (табл. 3).

**Итоговые показатели Всемирной универсальной выставки  
EXPO в Шанхае, Китай (2010 г.)**

Наименование	Сумма	Описание
Государственные средства, вложенные в развитие инфраструктуры*	3,1 млрд \$ (при запланированных 2,82 млрд \$)	5,28 кв. км территории
Операционные расходы**	1,88 млрд \$	Без учета средств, вложенных в развитие инфраструктуры
Операционная выручка	2,03 млрд \$	В т.ч. от спонсорских вложений в размере 628 млн USD
Доход	157 млн \$	

\* Расходы на инфраструктуру не включены в стоимость окупаемости проекта;  
\*\* Без учета расходов на сооружение павильонов от стран-участниц, которые по официальным данным составили порядка 6 млрд долларов США.

*Примечание.* Использованы данные работы [5; 24].

Количество посетителей: 73 млн человек.

Количество жителей города: 20 млн человек.

Привлечено 2 172 000 волонтеров, в т. ч.:

– внутри выставки: 72 000,

– в городе: 100 000,

– дополнительно: 2 000 000.

Длительность: 180 дней.

Стоимость входного билета: 24 USD (160 юаней).

Итоговые показатели Международной специализированной выставки EXPO в Ёсу, Корея (2012 г.) [5; 24]:

Период проведения: 12 мая — 12 августа 2012 г.

Территория ЭХРО — 271 гектар.

Общее число участников: 104 государства, 10 международных организаций, 7 крупных концернов Кореи и 23 органа местного самоуправления.

Количество посетителей за весь период: более 8 млн человек.

Рекордное число посетителей за 1 день: 272 527 человек (29 июля).

Самый дорогой экспонат выставки — коллекция бриллиантов из Бельгии (стоимость — ок. 500 тысяч долларов).

Совокупный экономический эффект для экономики Южной Кореи — около 11 млрд долларов.

Инвестиции в создание инфраструктуры EXPO – 2012 — около 2 млрд долларов.

*Специализированная выставка EXPO – 2017 в Астане*

В ноябре 2012 г. на 152-й Генеральной ассамблее Международного бюро выставок Астана была избрана местом проведения Международной специализированной выставки EXPO – 2017. Тема, предложенная Казахстаном для данного форума, — «Энергия будущего».

Выбор тематики обусловлен, с одной стороны, той огромной ролью, которую энергетика играет в развитии всей современной цивилизации, в жизни каждого человека; с другой — теми ограничениями, с которыми сталкивается традиционная энергетическая модель, основанная на использовании ископаемых топливных ресурсов (угля, нефти, газа, урана). К их числу следует отнести [6; 5]:

– исчерпаемость запасов, добыча которых рентабельна при данном уровне развития техники и технологий;

– значительное отрицательное экологическое воздействие, выражающееся в высоком аварийном фоне, неизбежно сопутствующем всем стадиям разведки, добычи, транспортировки и переработки ископаемого топлива, а также в больших объемах выбросов (эмиссий) парниковых газов и других загрязняющих веществ, в немалой степени «ответственных» за наблюдающееся глобальное изменение климата;

– гипертрофированную политическую составляющую, которая при принятии решений разного уровня, как правило, перевешивает экономические и экологические аргументы и, по существу, является определяющим фактором современного миропорядка.

В Послании Президента Н.А.Назарбаева народу Казахстана «Стратегия «Казахстан – 2050»: новый политический курс состоявшегося государства» от 14 декабря 2012 г. отмечается особая значимость проведения Международной специализированной выставки EXPO – 2017 в Астане, которая должна обеспечить рост доли альтернативных источников энергии в энергообеспечении Казахстана; повышение объемов инвестиций в зеленую экономику, развитие малого и среднего бизнеса, инфраструктуры; популяризацию Казахстана и его достижений в мире и т.д. [7; 11].

В то же время, наряду с очевидными выигрышами, проведение специализированной выставки EXPO-2017 в Астане несет в себе и определенные проблемы, что требует всестороннего анализа различных аспектов, рисков и перспектив, а также соответствующего мирового опыта проведения подобных мероприятий. На сегодняшний день перед организаторами EXPO–2017 стоят такие непростые задачи, как обширное расширение существующей инфраструктуры, создание в кратчайшие сроки крупных архитектурных проектов, обеспечение комфортабельного пребывания гостей, привлечение инвестиций на строительство выставочных объектов и т.п.

Ожидается, что в выставке примут участие около 100 стран мира и около 10 международных организаций. По оптимистичным прогнозам, посещаемость выставки составит 5 млн гостей за весь период проведения мероприятия. Однако для этого необходимо будет решить вопросы по качественному улучшению транспортной инфраструктуры.

Считается, что любая мировая выставка EXPO является самой авторитетной международной площадкой для честной и открытой конкуренции стран-экспонентов, демонстрирующих новейшие концептуальные научно-технические, технологические, экономические решения стоящих перед человечеством глобальных проблем, а также истории, традиции и культуру народов мира. Участие в выставке является формой поддержки национального бизнеса, которая осуществляется в демонстрации национальных конкурентных преимуществ страны, затрагивающих как всю систему ценностей, так и отдельных отраслей экономики или отдельных фирм.

Без сомнения, Астана поставила перед собой сложную задачу, позиционируя для себя EXPO-2017 как престижное мероприятие, которое поможет оказать значительное влияние на ее политический имидж, при этом не ожидая большого экономического эффекта. Сейчас требуется рациональный подход по привлечению и реализации инновационных проектов для качественных изменений в энергетике, включая, прежде всего, развитие альтернативных источников энергии и новых способов ее транспортировки. Все это является серьезным вызовом для Казахстана как государства с углеводородной экономикой.

#### Список литературы

- 1 Бовин А.А., Чередникова Л.Е., Якимович В.А. Управление инновациями в организации: Учеб. пособие. — М.: Изд-во «Омега – Л», 2009. — 415 с.
- 2 Симонов К.В. Исследование состояния конкуренции на российском рынке выставочных услуг // Маркетинг в России и за рубежом. — 2009. — № 3 (71). — С. 87–90.
- 3 Романов А.Н., Корлюгов Ю.Ю., Красильников С.А. и др. Маркетинг: Учебник. — М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1996. — 560 с.
- 4 Симонов К.В. Управление конкурентоспособностью выставочных услуг // Маркетинг в России и за рубежом. — 2009. — № 5 (73). — С. 67–72.
- 5 Жумагалешева А. О мировом выставочном форуме // EXPO – 2017: ASTANA KAZAKHSTAN. — 2014. — № 5–6. — С. 21–25.
- 6 EXPO – 2017: Энергия будущего. Колл. монография / Под общ. ред. Б.К.Султанова. — Алматы: КИСИ при Президенте РК, 2014. — 100 с.
- 7 Послание Президента РК — Лидера нации Н.А.Назарбаева народу Казахстана «Стратегия «Казахстан — 2050»: новый политический курс состоявшегося государства» // Мысль. — 2013. — № 1. — С. 2–23.

А.З.Стыбаева

**Инновацияларды басқару жүйесіндегі көрме қызметі**

Мақалада көрмелердің мәні және мақсаттары ашылған. Көрме бизнесінің бәсекеге қабілетін басқару ерекшеліктері талданған. ЭКСПО қызметінің бәсекеқабілеттілігінің факторлары және элементтері қарастырылған. Әлемдік әмбебап және халықаралық мамандандырылған ЭКСПО көрмелерінің қалыптасу мәселелері зерттелген. Халықаралық көрме қатысушыларының саны жеткілікті дәрежеде көп болғанда ғана шығындары ішінара жабылатын капиталды іс-шаралар болып табылатындығы айтылған. 2017 жылы мамыр-қыркүйек айларында Астанада өтетін болашақ энергиясына арналған халықаралық мамандандырылған ЭКСПО көрмесіне дайындық және оны өткізу мәселелеріне ерекше көңіл бөлінген.

A.Z.Stybaeva

**Exhibition activity in the system of innovation management**

The essence and purpose of the functioning of the exhibitions. In this article analyzes the characteristics of competitiveness management services exhibition business. Examines the factors and elements of competitiveness Expo services. It examines issues of formation of the universal and international exhibitions — EXPO. It's noted that the international exhibition is a capital-intensive exercise, which allows to partially reimburse the costs only when there is a sufficiently large number of visitors. The special attention is paid to various aspects of the preparation and holding of the international specialized exhibition EXPO dedicated to the energy of the future in Astana in June–September 2017.

**References**

- 1 Bovin A.A., Cherednikova L.E., Yakimovich B.A. *Management of innovation in organizations*, manual, Moscow: Publ. house Omega – L, 2009, 415 p.
- 2 Simonov K.V. *Marketing in Russia and abroad*, 2009, 3 (71), p. 87–90.
- 3 Romanov A.N., Korlyugov Yu.Yu., Krasilnikov S.A. et al. *Marketing*, textbook, Moscow: Banks and exchanges, UNITY, 1996, 560 p.
- 4 Simonov K.V. *Marketing in Russia and abroad*, 2009, 5 (73), p. 67–72.
- 5 Zhumagaliyeva A. *EXPO – 2017: ASTANA KAZAKHSTAN*, 2014, 5–6, p. 21–25.
- 6 *EXPO – 2017: energy of the future. Collective monograph*, Under the General editorship of B.K.Sultanov, Almaty: Kazakhstan Institute for strategic studies under the President of Kazakhstan, 2014, 100 p.
- 7 *Mysl*, 2013, 1, p. 2–23.

М.П.Аяганова

Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букетова  
(E-mail: mira6907@mail.ru)

## Инновационный проект как новая форма организации инноваций

В статье уделяется внимание понятию «инновационный проект» и его основным элементам. Описываются основные типы участников инновационной деятельности предприятия. Обосновывается необходимость подразделения инновационных проектов с точки зрения масштабы решаемых задач. Раскрывается содержание отдельных фаз разработки инновационного проекта. Отмечается, что наиболее важные качественные критерии отбора проектов могут быть представлены шестью группами. Делается вывод о том, что реализация инновационного проекта, объектом которого является новый продукт, проходит обычно семь основных этапов.

*Ключевые слова:* проект, инновация, элементы, участники, типы, классификация, фазы, разработка, управление.

### *Понятие «инновационный проект» и его основные элементы*

Понятие «инновационный проект» может рассматриваться как:

- форма целевого управления инновационной деятельностью;
- процесс осуществления инноваций;
- комплект документов.

Инновационный проект — это система взаимоувязанных целей и программ их достижения, представляющих собой комплекс научно-исследовательских, опытно-конструкторских, производственных, организационных, финансовых, коммерческих и других мероприятий, соответствующим образом организованных (увязанных по ресурсам, срокам и исполнителям), оформленных комплектом проектной документации и обеспечивающих эффективное решение конкретной научно-технической задачи (проблемы), выраженной в количественных показателях и приводящей к инновации [1; 91].

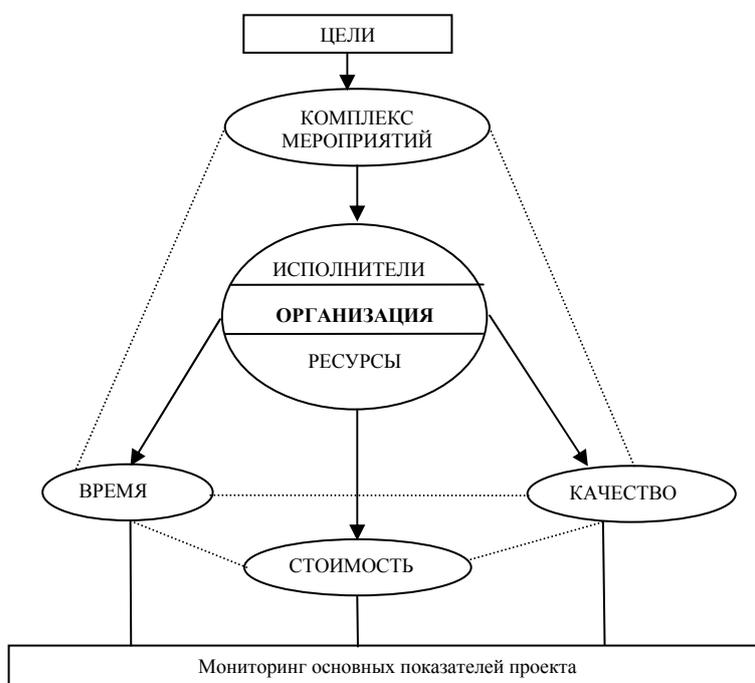


Рисунок 1. Основные элементы инновационного проекта  
(данные работы [2; 404])

К основным элементам инновационного проекта (рис. 1) относятся:

- сформулированные цели и задачи, отражающие основное назначение проекта;
- комплекс проектных мероприятий по решению инновационной проблемы и реализации поставленных целей;
- организация выполнения проектных мероприятий, т.е. увязка их по ресурсам и исполнителям для достижения целей проекта в ограниченный период времени и в рамках заданных стоимости и качества;
- основные показатели проекта (от целевых — по проекту в целом до частных — по отдельным заданиям, темам, этапам, мероприятиям, исполнителям), в том числе показатели, характеризующие его эффективность.

Инновационные проекты могут формироваться как в составе научно-технических программ, реализуя задачи отдельных направлений (заданий, разделов) программы, так и самостоятельно, решая конкретную проблему на приоритетных направлениях развития науки и техники.

*Внешние и внутренние участники инновационной деятельности предприятия*

Среди внешних контрагентов, обеспечивающих потребность предприятия в прикладных исследованиях и услугах по внедрению, наиболее существенную роль играют следующие основные типы участников (см. табл. 1).

Т а б л и ц а 1

**Внешние контрагенты инновационной деятельности предприятия**

Участники инновационной деятельности	Краткая характеристика
Венчурные инновационные фирмы	Фирмы, специализирующиеся на разработке материально-технологических инноваций достаточно высокой степени радикальности
Венчурные внедренческие фирмы	Фирмы, обеспечивающие разработку инновационных проектов и их научно-технологическое сопровождение при внедрении
Инжиниринговые фирмы	Фирмы, предоставляющие воспроизводимые услуги участникам инновационной деятельности (например, проектирование узлов прототипов, проведение конкретных исследований и т.п.)
Спиннингговые фирмы и подразделения	Фирмы и подразделения, специализирующиеся на коммерциализации инноваций, в том числе собственных
Спиноффы	Фирмы или подразделения, специализирующиеся на поиске коммерческих приложений инновации вне сферы основного ее назначения (научно-технический перенос) или коммерциализации побочных эффектов/продуктов инновационной деятельности
Консорциумы (пулы)	Временные соглашения между промышленными предприятиями, финансовыми структурами, научно-исследовательскими организациями с целью осуществления крупных инновационных проектов
Малые инновационные группы и/или индивидуальные исследователи	Группы разной степени структурированности и отдельные инноваторы, привлекаемые предприятием к реализации конкретных проектов

*Примечание.* Используются данные работы [3; 132].

Достаточно сложен и внутренний спектр участников инновационной деятельности (рис. 2).

Можно утверждать, что при осуществлении инновационной деятельности, как ни в какой другой сфере, уместна матричная схема организации взаимосвязи собственно исследовательско-инновационных, маркетинговых, технологических и планово-экономических структур предприятия.

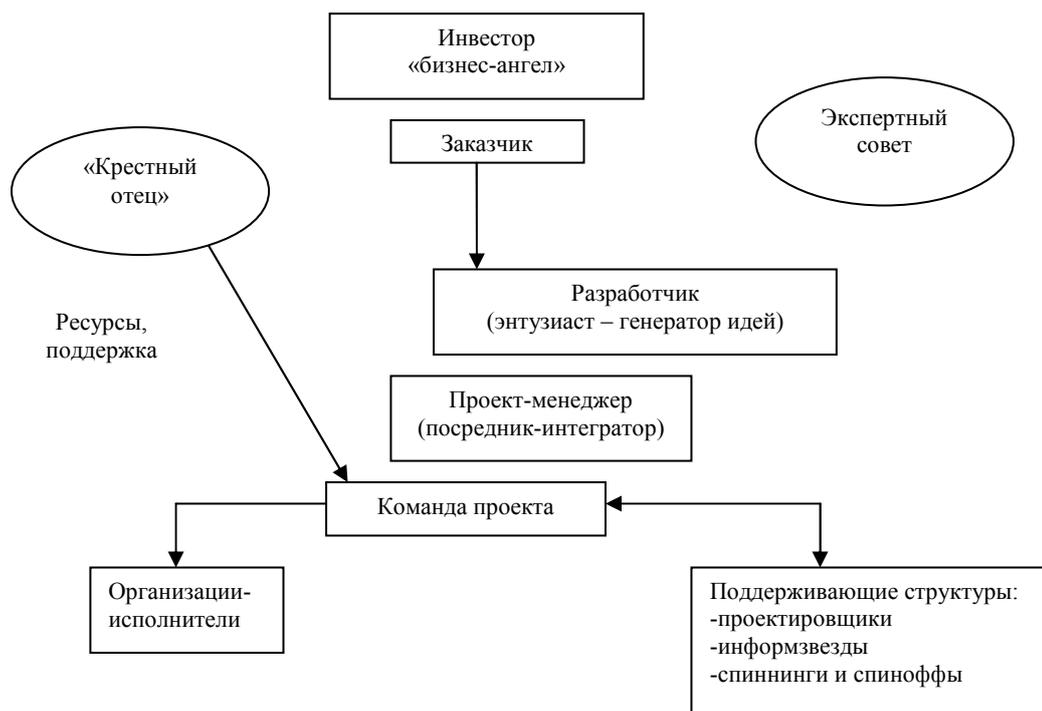


Рисунок 2. Участники инновационной деятельности (данные работы [3; 133])

Требованию матричной организации нововведенческой деятельности предприятия наилучшим образом отвечает ее осуществление в форме инновационных проектов.

*Подразделение инновационных проектов с точки зрения масштаба решаемых задач*

Уровень значимости проекта определяет сложность, длительность, состав исполнителей, масштаб, характер продвижения результатов инновационного процесса, что влияет на содержание проектного управления.

С точки зрения масштаба решаемых задач инновационные проекты подразделяются следующим образом (рис. 3):

1) монопроекты — проекты, выполняемые, как правило, одной организацией или даже одним подразделением; отличаются постановкой однозначной инновационной цели (создание конкретного изделия, технологии), осуществляются в жестких временных и финансовых рамках, требуется координатор или руководитель проекта;

2) мультипроекты — представляются в виде комплексных программ, объединяющих десятки монопроектов, направленных на достижение сложной инновационной цели, такой как создание научно-технического комплекса, решение крупной технологической проблемы, проведение конверсии одного или группы предприятий военно-промышленного комплекса; требуются координационные подразделения;

3) мегапроекты — многоцелевые комплексные программы, объединяющие ряд мультипроектов и сотни монопроектов, связанных между собой одним деревом целей; требуют централизованного финансирования и руководства из координационного центра. На основе мегапроектов могут достигаться такие инновационные цели, как техническое перевооружение отрасли, решение региональных проблем конверсии и экологии, повышение конкурентоспособности отечественных продуктов и технологий.



Рисунок 3. Классификационные признаки проектов (данные работы [4; 229])

Формирование и реализация мегапроектов могут потребовать объединения усилий ряда отраслей, регионов, финансово-промышленных групп и крупных корпораций, группы стран. По выполняемым объемам работ и продолжительности проекты могут быть краткосрочными (1–2 года), среднесрочными (до 5 лет) и долгосрочными (более 5 лет). Состав стадий и этапов проекта определяется его отраслевой и функциональной принадлежностью.

*Отдельные фазы разработки инновационного проекта*

Разработка инновационного проекта — длительный и очень дорогостоящий процесс. От первоначальной идеи до эксплуатации этот процесс может быть представлен в виде цикла, состоящего из трех отдельных фаз: прединвестиционной, инвестиционной и эксплуатационной (рис. 4).

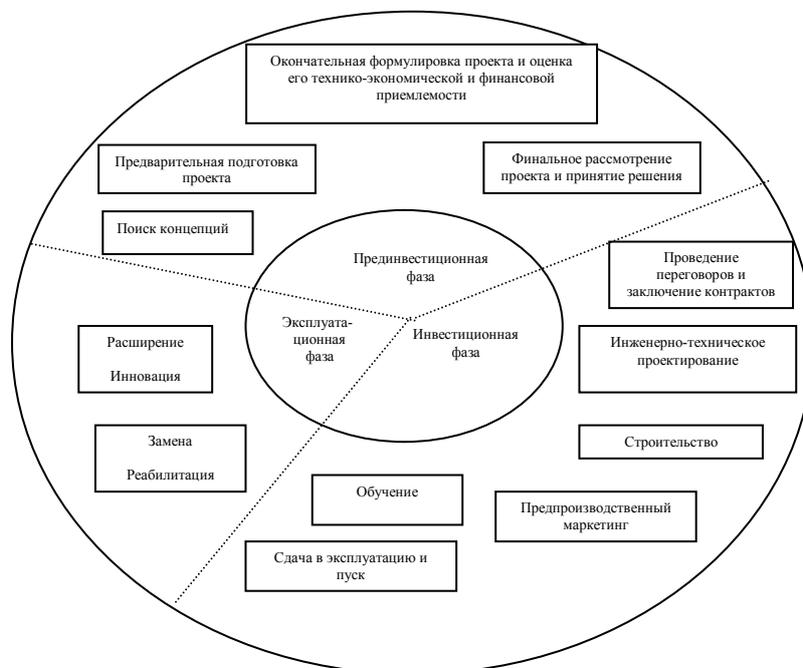


Рисунок 4. Фазы разработки инновационного проекта (данные работы [5; 217])

Инновационные проекты характеризуются высокой неопределенностью на всех стадиях инновационного цикла. Более того, успешно прошедшие стадию испытания и внедрения в производство

новшества могут быть не приняты рынком. И их производство должно быть прекращено. Многие проекты дают обнадеживающие результаты на первой стадии разработки, но затем, при неясной ресурсной или технико-технологической перспективе, должны быть закрыты.

Даже наиболее успешные проекты не гарантированы от неудач: в любой момент их жизненного цикла они не застрахованы от появления у конкурента более перспективной новинки. Не менее специфично для инновационного проекта по сравнению с инвестиционным наличие вариантов на всех стадиях жизненного цикла новшества. Если после отбора инвестиционного проекта осуществляется лишь одно-единственное решение, которое и следует реализовать, то инновационный проект требует новой переоценки и пересмотра на следующих этапах и в многочисленных контрольных точках. Инновация в своей основе характеризуется альтернативностью и многовариантностью решений. Отсюда возникает сложность ее прогнозирования. Это связано с оценкой будущей конкурентоспособности и рыночной адаптацией.

Инновации могут быть успешными, если будут подкреплены сконцентрированными и скоординированными действиями всех заинтересованных сторон — государства и частного сектора.

#### *Общие положения оценки проектов*

К важнейшим областям принятия решений в инновационной деятельности относятся:

- а) отбор проектов для реализации;
- б) прекращение работы над проектом до его завершения.

Основное различие между ними связано с качеством информации, на основе которой принимаются решения.

Оценка проектов должна производиться не только при первоначальном их отборе, но и в период их реализации. Она служит элементом системы оперативного управления инновационными процессами.

Наиболее важные качественные критерии отбора проектов представлены шестью группами (табл. 2).

Т а б л и ц а 2

#### **Качественные критерии отбора проектов**

Группа критериев	Содержание
1	2
1. Оценка проекта с позиций его соответствия стратегии, политике и ценностям организации	Соответствие проекта принятой стратегии организации и долгосрочному плану Оправданность изменений в стратегии организации в случае принятия проекта Соответствие проекта представлениям потребителей о фирме Соответствие проекта отношению фирмы к риску Соответствие проекта отношению фирмы к нововведениям Соответствие проекта требованиям фирмы с точки зрения временных факторов (краткосрочные и долгосрочные планы)
2. Оценка рыночных перспектив проекта	Соответствие проекта четко определенным потребностям рынка Оценка общей емкости рынка Оценка доли рынка Оценка периода выпуска продукта Вероятность коммерческого успеха Вероятный объем продаж (определяется на основе оценок общей емкости и доли рынка, а также периода выпуска продукта и вероятности коммерческого успеха) Временной аспект рыночного плана Воздействие на существующие продукты (например, новые продукты могут дополнять существующий ассортимент либо частично или полностью замещать выпускаемые продукты. В последнем случае часть объема продаж и прибыли будет достигнута за счет существующих продуктов, которые могли бы еще выпускаться) Ценообразование и восприятие потребителей Позиция в конкурентной борьбе Соответствие существующим каналам распределения Оценка стартовых затрат
3. Научно-технические критерии осуществления проекта	Соответствие проекта стратегии НИОКР в компании Оправданность потенциала проекта изменений в стратегии НИОКР Вероятность технического успеха Стоимость и время разработки

1	2
4. Финансовые критерии	Патентная чистота Наличие научно-технических ресурсов Возможные будущие разработки продукта и будущие применения новой генерируемой технологии Воздействие на другие проекты Стоимость НИОКР Вложения в производство Вложения в маркетинг Наличие финансов в нужные периоды времени Влияние на другие проекты, требующие финансовых средств Время достижения точки равновесия и максимальное отрицательное значение кумулятивной оценки расходов и доходов Потенциальный годовой размер прибыли Ожидаемая норма прибыли Соответствие проекта критериям эффективности капитальных вложений, принятым в компании
5. Производственные возможности осуществления проекта	Необходимость внедрения новых процессов Наличие производственного персонала (по численности и квалификации) Соответствие имеющимся мощностям Цена и наличие материалов Издержки производства Потребность в дополнительных мощностях Безопасность производства
6. Внешние и экологические критерии	Возможные вредные воздействия продуктов и производственных процессов Влияние общественного мнения Текущее и перспективное законодательство Воздействие на уровень занятости

*Примечание.* Используются данные работы [6; 247, 248].

Считается, что невозможно составить исчерпывающего перечня критериев, общих для разных проектов и организаций. Тем не менее лучше учесть какие-либо несущественные факторы, которые позже можно исключить из рассмотрения, чем пропустить важный фактор, который впоследствии может оказаться решающим для коммерческого успеха проекта. Главное в выборе критериев — снижение неопределенности на ранних стадиях оценки проектов. При этом подобное снижение требуется не только для научно-технической стороны проекта, но и для рыночной, производственной и финансовой.

*Проектное управление инновационной деятельностью*

Реализация инновационного проекта, объектом которого является новый продукт, проходит следующие семь основных этапов [7; 461]:

- 1) разработка стратегии нового продукта;
- 2) формирование идеи;
- 3) оценка альтернатив;
- 4) бизнес-анализ;
- 5) разработка и создание опытного образца;
- 6) маркетинговое тестирование;
- 7) коммерциализация.

На первом этапе разрабатывается стратегия нового продукта. Основная цель данного этапа — определение потенциального целевого рынка и стратегических целей вывода нового продукта.

Четкое понимание целей нововведения и потенциального целевого рынка создают базу для создания целостной идеи будущего продукта — задачи второго этапа осуществления инноваций. Источниками формирования новых идей выступают потребители, отделы R&D компаний, сотрудники фирм, конкуренты.

На третьем этапе оценивают альтернативные идеи. Первоначально проводят внутреннюю оценку идеи по двум направлениям: 1) насколько корригирует идея нового товара с общей корпоративной маркетинговой стратегией; 2) каковы технические параметры будущего продукта и их адекватность имеющимся у фирмы технологическим возможностям. При прохождении первой ступени идея подвергается внешней оценке — рыночному тестированию. На этом этапе осуществляют пробные продажи идеи (а не товара). Для данной цели используют систему полевых маркетинговых исследований на основе анкетирования и интервьюирования потенциальных потребителей. Получая определенную потребительскую оценку идеи будущего товара, компания одновременно имеет возможность определить, как позиционирует новинку потребитель. Эта информация является принципиально важной для разработки стратегии позиционирования и продвижения нового товара на стадии коммерциализации. Результатом третьего этапа становится выбор одной или нескольких наиболее привлекательных идей нового товара.

На четвертом этапе, который предваряет начало инвестирования в прототип нового товара, проводят бизнес-анализ проектов, рассматривают количественные параметры проекта: расходы на производство и вывод на рынок нового товара, расчет точки безубыточности и периода окупаемости проекта, возможные финансовые риски и методы финансирования. Основным качественным критерием анализа служит оценка достижимости поставленных перед проектом целей.

Пятый этап — разработка и создание опытного образца и проведение лабораторного тестирования. Продолжительность данного этапа зависит, как правило, от трех групп факторов:

- 1) уровня технологической сложности и наукоемкости продукта;
- 2) возможностей финансирования;
- 3) категории товара и соответствующих государственных стандартов качества.

Данный этап требует значительных финансовых затрат и является ключевым фактором успеха нового товара на рынке.

После создания опытного образца и его лабораторного тестирования новинку подвергают маркетинговому (или рыночному) тестированию. На шестом этапе в производство запускают пробную партию товара, осуществляют пробные продажи.

Успешно пройденный этап маркетингового тестирования означает для новинки переход к стадии коммерциализации — заключительному седьмому этапу реализации инновационного проекта по созданию и выводу на рынок нового товара. Опытный образец запускается в серийное производство, начинает реализовываться комплекс маркетинг-микс, и товар начинает свой жизненный цикл на рынке.

#### Список литературы

- 1 Коноплев С.П. Инновационный менеджмент: Учеб. пособие. — М.: ТК «Велби», Изд-во «Проспект», 2008. — 128 с.
- 2 Основы инновационного менеджмента: Теория и практика: Учеб. пособие / Под ред. П.Н.Завлина и др. — М.: ОАО «НПО «Издательство «Экономика», 2000. — 475 с.
- 3 Афонин И.В. Инновационный менеджмент: Учеб. пособие. — М.: Гардарики, 2005. — 224 с.
- 4 Ивасенко А.Г., Никонова Я.И., Сизова А.О. Инновационный менеджмент: Учеб. пособие. — М.: КНОРУС, 2009. — 416 с.
- 5 Инновационный менеджмент: Учеб. пособие / Под ред. Л.Н.Оголевой. — М.: ИНФРА-М, 2002. — 238 с.
- 6 Бовин А.А., Чередникова Л.Е., Якимович В.А. Управление инновациями в организации: Учеб. пособие. — М.: Изд-во «Омега-Л», 2009. — 415 с.
- 7 Ермасов С.В., Ермасова Н.Б. Инновационный менеджмент: Учебник. — М.: Высш. образование, 2007. — 505 с.

М.П.Аяганова

### **Инновациялық жоба инновацияны ұйымдастырудың жаңа түрпаты ретінде**

Мақалада «инновациялық жоба» ұғымына және оның негізгі элементтеріне көңіл бөлінген. Кәсіпорынның инновациялық қызметіне қатысушыларының негізгі типтері суреттелген. Шешілмекші міндеттердің ауқымы тұрғысынан алғандағы инновациялық жоба бөлімінің болуы қажеттігі негізделген. Инновациялық жоба жасаудың жекелеген фазаларының мазмұны ашылған. Жобаларды талдаудың аса маңызды сапалы өлшемдері алты топқа топтастырылғандығы айтылған. Негізгі нысаны жаңа өнім болып табылатын инновациялық жоба жеті негізгі кезеңнен өтетіндігі туралы қорытынды жасалған.

M.P.Ayaganova

**Innovative project as new form  
organizations of innovations**

The attention to the concept «innovative project» and its basic elements is paid. The main types of participants of innovative activity of the enterprise are described. Need of division of innovative projects from the point of view of scale of the solved tasks locates. The maintenance of separate phases of development of the innovative project reveals. It is noted that the most important qualitative selection criteria of projects can be presented by six groups. The conclusion that implementation of the innovative project which object is the new product, takes place usually seven main stages is drawn.

## References

- 1 Konoplev S.P. *Innovative management*, manual, Moscow: Shopping Mall «Velbi», Publ. house «Prospectus», 2008, 128 p.
- 2 *Bases of innovative management: Theory and practice*, manual, under P.N.Zavlin's edition et al., Moscow: JSC NPO Ekonomika Publ. house, 2000, 475 p.
- 3 Afonin I.V. *Innovative management*, manual, Moscow: Gardarika, 2005, 224 p.
- 4 Ivasenko A.G., Nikonova Ya.I., Sizova A.O. *Innovative management*, manual, Moscow: KNORUS, 2009, 416 p.
- 5 *Innovative management*, manual, Under L.N.Ogoleva's edition, Moscow: INFRA-M, 2002, 238 p.
- 6 Bovin A.A., Cherednikova L.E., Yakimovich V.A. *Management of innovations in the organization*, manual, Moscow: Omega-L publ. house, 2009, 415 p.
- 7 Ermasov S.V., Ermasova N.B. *Innovative management*, textbook, Moscow: The higher education, 2007, 505 p.

---

# ҚАЗІРГІ ЗАМАНҒЫ МЕНЕДЖМЕНТ ЖӘНЕ МАРКЕТИНГТІҢ ӨЗЕКТІ МӘСЕЛЕЛЕРІ

## АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

УДК 338. 24: 620. 9

Р.С.Каренов

*Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букетова  
(E-mail: rkarenov@inbox.ru)*

### **Эффективность внедрения на отечественных предприятиях системы энергетического менеджмента согласно стандарту ISO 50001**

В статье отмечается, что в современных условиях, несмотря на трудности в мировой экономике, в Казахстане сохраняется стабильная социально-экономическая обстановка. Стратегической основой дальнейшего развития Казахстана становится новая экономическая политика «Нұрлы жол», которая направлена на продолжение структурных реформ в экономике. Подчеркивается, что в настоящее время вопросы энергосбережения рассматриваются в качестве первоочередных для всего международного сообщества. Выделяется значение нового международного стандарта ISO 50001, который стал самым инновационным стандартом в области энергетического менеджмента. Автор рассматривает этапы внедрения на предприятии стандарта ISO 50001. Делается вывод, что внедрение на отечественных предприятиях системы энергетического менеджмента согласно предлагаемому стандарту обеспечит им возможность рационального использования энергии, сокращения издержек на ее потребление, снижения негативного влияния на окружающую среду.

*Ключевые слова:* национальная безопасность, энергосистема, энергосбережение, международный стандарт, энергоменеджмент, модель, применение, этапы, корректирующие мероприятия.

#### *Экономическая безопасность в числе приоритетов государственной политики*

В настоящее время обстановка в мире становится сложной. В январе 2015 г. Международный валютный фонд в очередной раз понизил прогноз роста мировой экономики на 2015 г. с 3,8 % до 3,5 %. Неоднозначно выглядят перспективы крупнейших развитых экономик. Развивающиеся страны значительно замедлили темпы роста своей экономики. Неопределенность в денежно-кредитной политике стран Запада держит в напряжении весь мировой финансовый рынок. Падение цен на энергоносители и металлы резко увеличило экономические риски. Мир испытывает серьезные геополитические и экономические вызовы.

Несмотря на трудности в мировой экономике, в Казахстане сохраняется стабильная социально-экономическая обстановка. За 2014 г. ВВП в стране вырос на 4,3 %. Инвестиции в основной капитал увеличились на 3,9 %, уровень безработицы снизился до 5 %, растет объем кредитования предпринимательства. Имеется запас прочности в виде международных резервов на уровне около 100 млрд долларов [1; 4].

Однако внешние факторы оказывают определенное давление на состояние национальной экономики. В этих условиях национальная безопасность страны определяется способностью найти адекватный ответ на возникающие риски. Стратегической основой дальнейшего развития Казахстана становится новая экономическая политика «Нұрлы жол», которая имеет контрциклический характер и направлена на продолжение структурных реформ в экономике. Новый подход предполагает качествен-

ное повышение расходов государства в период экономического замедления. Превентивные меры будут направлены на обеспечение безопасности национальной экономики от возникающих рисков. Для реализации инициативы Президентом Казахстана принято решение о выделении из Национального фонда до 3 млрд долларов ежегодно в течение 2015–2017 гг. на развитие экономики и проведение структурных реформ [2; 6].

В рамках программы «Нұрлы жол» в электроэнергетической отрасли республики начато строительство двух высоковольтных линий в направлениях: Экибастуз — Семей — Усть-Каменогорск и Семей — Актогай — Талдыкорган — Алма, которые являются составными звеньями транзитной энергосистемы «ВЛ 500 кВ Север — Восток — Юг». Данный проект включает в себя комплекс мероприятий, связанных со строительством высоковольтных линий электропередачи мощностью 500 и 220 кВ и общей протяженностью более 1 700 км, из которых 500 кВ — 1500 км и 220 кВ — 200 км. Сюда входят также проекты по строительству трех новых подстанций мощностью 500 кВ в Семее, Актогае и Талдыкоргане. Кроме того, предусматривается расширение четырех действующих подстанций: 1150 кВ — «Экибастузской», 500 кВ — «Алминской», 500 кВ — «Усть-Каменогорской» и 220 кВ ОРУ — Шульбинской ГЭС [3; 5]:

1. Ввод в эксплуатацию высоковольтной линии электропередачи Экибастуз — Шульбинская ГЭС — Усть-Каменогорск увеличит пропускную способность электрических сетей в сечении Север — Восток, а также обеспечит покрытие энергодефицитов Восточно-Казахстанской области вне зависимости от существующей схемы транзита электроэнергии через сети энергосистемы Российской Федерации.

На сегодня здесь установлено 429 металлических опор, завершён монтаж провода на 130 км линии. Наряду с этим начато строительство подстанции 500 кВ «Семей», где в настоящее время подрядными организациями ведётся монтаж коммутационного оборудования и строительство вспомогательных зданий.

2. Предполагается, что строительство второй высоковольтной линии 500 кВ Шульбинская ГЭС (Семей)–Актогай–Талдыкорган–Алма позволит увеличить транзитный потенциал Национальной электрической сети (НЭС) в направлении Север — Юг. Кроме того, это обеспечит потребности в электроэнергии железнодорожных участков и энергоёмких объектов горнорудной промышленности, позволит создать условия для развития приграничных территорий и масштабного освоения потенциала возобновляемой энергии. Словом, новая энергетическая артерия Восток — Юг будет способствовать усилению связи Восточной зоны с Единой электроэнергетической системой Казахстана.

В целом реализацию проекта «ВЛ 500 кВ транзита Север — Восток — Юг» общей стоимостью 120 млрд тенге планируется завершить в 2018 г.

#### *Актуальность вопросов энергосбережения в современных условиях*

В последние годы в Республике Казахстан принят ряд законов, направленных на повышение энергетической эффективности. Так, 14 января 2015 г. подписан Закон «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам энергосбережения и повышения энергоэффективности». Также в январе 2015 г. в Мажилисе состоялась презентация проекта Закона Республики Казахстан «Об использовании атомной энергии».

Принятие этих законов в преддверии ЭКСПО-2017 позволяет более эффективно внедрять в практику энергосберегающие и энергоэффективные технологии, основанные на инновациях. Сегодня показатель удельного энергопотребления зданий в Казахстане составляет 270 киловатт часов на 1 квадратный метр, тогда как в Швеции этот же показатель в три раза ниже. Поэтому для решения поставленной Главой государства в Стратегии «Казахстан–2050» задачи необходимо снизить энергоёмкость в ВВП страны к 2020 г. на четверть, а к 2050 г. — в 2 раза [4; 4].

Важно отметить то, что в настоящее время вопросы энергосбережения рассматриваются в качестве первоочередных для всего международного сообщества. Вследствие этого разработан целый ряд стандартов, каждый из которых отражает национальную специфику, обобщает опыт и практику множества как промышленных, так и непромышленных предприятий. Эти стандарты призваны оказывать предприятиям содействие и помощь в выполнении требований национального законодательства в сфере энергетики и энергосбережения.

Первым стандартом в области энергосбережения стал британский стандарт BS 8207:1985 «Свод практик для энергоэффективности зданий», выпущенный в 1985 г. и действующий до настоящего времени, с некоторыми изменениями, внесёнными в феврале 1994 г.

Датский стандарт DS 2403:2001 «Энергоменеджмент — Спецификация» стал первым стандартом, обеспечивающим предприятия полноценным руководством по внедрению системы энергоменеджмента. Он разработан максимально совместимым со стандартом системы экологического менеджмента ISO 14001.

В 2009 г. был выпущен британский стандарт EN 16001:2009 «Системы энергоменеджмента — Требования и руководство по применению», который к настоящему времени получил национальный статус в 17 странах Европы.

Летом 2007 г. Американский Национальный Институт Стандартов совместно с Министерством энергетики США при участии Института Технологии штата Джорджия подготовил и направил в Центральный Секретариат Международной организации по стандартизации (ISO) предложение о новой области технической деятельности «Энергоменеджмент». В 2008 г. Международная организация по стандартизации создала технический комитет ИСО/ТК 242 «Энергоменеджмент», который начал разработку нового международного стандарта ISO 50001 «Система энергоменеджмента. Требования и рекомендации по использованию». В разработке стандарта приняли участие эксперты из 43 стран и наблюдатели из 12 стран. Кроме того, в работе приняли участие партнёрские организации, включая UNIDO (ООН) и Международный совет по энергетике (WEC) [5; 72–73].

В результате 15 июня 2011 г. данный стандарт был утвержден. Он стал самым инновационным стандартом в области энергетического менеджмента.

*Модель системы энергетического менеджмента  
согласно стандарту ISO 50001*

Международный стандарт ISO 50001 основан на общих элементах, используемых во всех стандартах систем менеджмента ISO, что обеспечивает высокий уровень совместимости с ISO 9001 «Система менеджмента качества», ISO 14001 «Система экологического менеджмента», OHSAS 18001 «Менеджмент охраны труда», ISO/IEC 27001 «Информационная безопасность», ISO 28000 «Безопасность цепи поставок», ISO 31000–2009 «Риск-менеджмент», ISO 26000:2010 «Социальная ответственность». При описании требований в стандарте ISO 50001 использована методология Деминга — Шухарта, известная как «цикл PDCA» (Plan-Do-Check-Act, «планирование — осуществление — проверка — действие»), включённая в стандарты указанных выше систем менеджмента. В результате подход и методология стандарта ISO 50001 позволяют интегрировать системы друг с другом.

Стандарт ISO 50001 устанавливает требования к системе энергоменеджмента в части разработки и реализации энергетической политики, постановки целей, задач и плана действий с учетом правовых норм в сфере использования энергии. Система энергоменеджмента позволяет организации выполнить свои обязательства по соблюдению энергетической политики, принимать меры, необходимые для повышения энергоэффективности, и продемонстрировать соответствие системы требованиям настоящего документа.

Стандарт применим для организаций всех видов и размеров, независимо от географических, культурных и социальных условий. Его успешная реализация зависит от степени вовлеченности всех уровней управления компании и особенно от заинтересованности высшего руководства.

Международный стандарт ISO 50001, основываясь на принципе «план — выполнение — проверка — действие», позволяет внедрять и совершенствовать энергоменеджмент в практику организации. Суть данного подхода приведена на рисунке 1.

Всеобщее применение стандарта будет способствовать повышению надежности энергообеспечения, увеличению конкурентоспособности, а также окажет положительное воздействие на изменение климата.

Международный стандарт ISO 50001 устанавливает требования к организации по созданию, реализации, поддержанию и улучшению системы энергоменеджмента, позволяющего организации применять системный подход для обеспечения непрерывного повышения энергетических параметров, эффективности использования энергии. Система энергоменеджмента охватывает следующие сферы: энергообеспечение, измерение, документальное обоснование и отчетность по использованию энергии, закупочная деятельность и разработка методов оценки эффективности использования энергии оборудованием, системами и процессами. Сам по себе стандарт не устанавливает конкретных критериев оценки энергоэффективности.

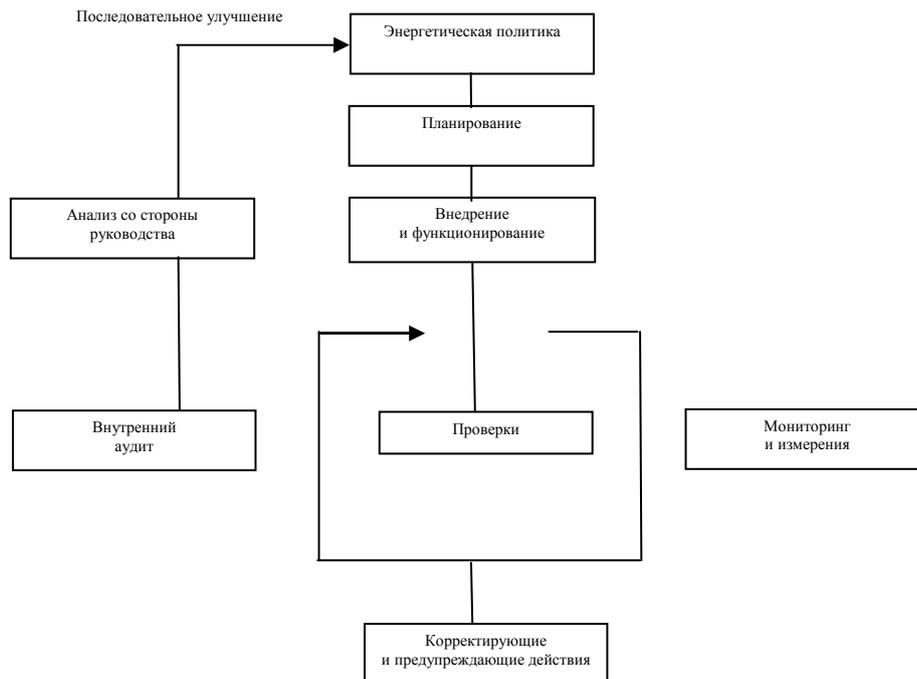


Рисунок 1. Модель системы энергоменеджмента (данные работы [6])

*Основные этапы работ по внедрению  
на предприятии стандарта ISO 50001*

Требования стандарта сформулированы как предписывающие. Они определяют «то, что должно быть сделано, не определяя, как это сделать». Метод достижения каждого из этих требований предприятие определяет само, исходя из его собственных нужд и потребностей, опираясь на собственный опыт. Этапы работ по внедрению на предприятии стандарта ISO 50001 приведены на рисунке 2.

Внедрение на казахстанских предприятиях системы энергоменеджмента согласно стандарту ISO 50001 обеспечит им возможность более эффективного использования энергии, сокращения издержек на её потребление и снижения негативного воздействия на окружающую среду. При этом:

1. Отечественная организация должна:

- создать, документально подтвердить, внедрить и поддерживать систему энергоменеджмента в соответствии с требованиями настоящего стандарта;
- определить и документально подтвердить масштабы и границы энергоменеджмента;
- определить и задокументировать методы удовлетворения требований стандарта в целях обеспечения непрерывного совершенствования энергетической эффективности и энергоменеджмента.

Высшее руководство организации должно продемонстрировать свою приверженность и поддержку энергоменеджменту и постоянно совершенствовать его эффективность за счет:

- создания, внедрения и поддержания энергетической политики;
- предоставления ресурсов, необходимых для создания, внедрения, поддержания и совершенствования системы энергоменеджмента;
- назначения руководителя и утверждения состава команды системы энергоменеджмента;
- определения масштабов и границ, на которые направлена система энергоменеджмента;
- сообщения организации о важности энергоменеджмента;
- постановки и выполнения целей и задач повышения энергетической эффективности;
- определения критериев и методов, необходимых для обеспечения эффективного управления и эксплуатации системы энергоменеджмента;
- долгосрочного планирования, в том числе энергообеспечения;
- обеспечения возможности измерения результатов и предоставления полученных данных заинтересованным сторонам;
- проведения проверки (анализа) системы энергоменеджмента.

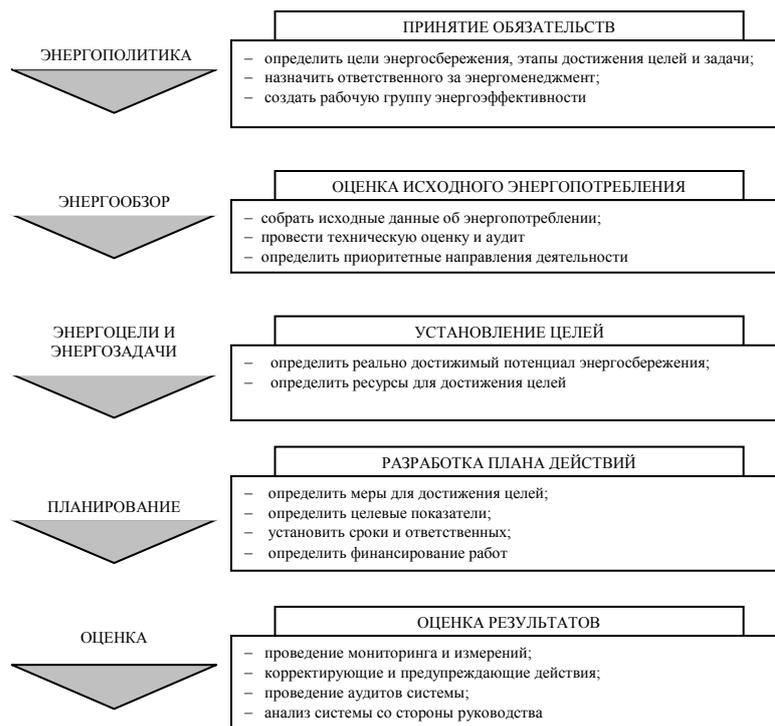


Рисунок 2. Этапы внедрения на предприятии стандарта ISO 50001 (данные работы [7])

2. Энергетическая политика должна:

- указывать на заинтересованность организации в повышении энергетической эффективности;
- определять и документально подтверждать сферы и границы деятельности системы энергоменеджмента;
  - соответствовать характеру и масштабам организации, а также уровню энергопотребления;
  - устанавливая обязательства по постоянному улучшению энергетической эффективности;
  - устанавливая обязательства по обеспечению доступности информации и всех необходимых ресурсов для достижения поставленных целей и задач;
    - устанавливая обязательства по соблюдению правовых и других требований;
    - предусматривать возможность установки и пересмотра энергетических целей и задач;
    - содействовать покупке энергоэффективных продуктов и услуг;
    - документироваться и разъясняться в рамках организации, а также регулярно пересматриваться и обновляться.

3. Цели и задачи должны согласовываться с энергетической политикой, включая обязательства по улучшению показателей энергетической эффективности, и соответствовать действующим правовым и другим требованиям.

При определении целей и задач энергоменеджмента необходимо учитывать объемы использования энергии, указанные в энергетическом профиле компании, а также финансовые, оперативные условия, условия ведения бизнеса, юридические требования, технологические аспекты, мнения заинтересованных сторон и возможности для улучшения энергоэффективности и энергетических параметров.

4. Планирование. Организация должна определять и планировать операции, связанные со значительным потреблением энергии в соответствии с принятой энергетической политикой, поставленными целями и задачами. Это подразумевает разработку и выполнение планов действий системы энергоменеджмента. Она должна:

- определять ответственность;
- устанавливая средства и сроки достижения целей;
- включать описание метода (методики) оценки фактического повышения энергоэффективности.

Планы действий должны быть задокументированы и обновляться в определенные интервалы времени.

5. Оперативный контроль может осуществляться посредством:

- разработки и установления критериев эффективной работы и поддержания уровня энергопотребления;
- эксплуатации и обслуживания оборудования, процессов и систем в соответствии с установленными критериями;
- передачи функций оперативного контроля лицам, осуществляющим деятельность в интересах и от имени компании.

При покупке энергоемких товаров, услуг или оборудования организация должна проинформировать поставщиков, что приобретаемая услуга, товар или оборудование оцениваются с точки зрения энергоэффективности. Компания должна определить и провести процедуры по оценке энергопотребления оборудования до совершения сделки.

Организация вправе самостоятельно определять приемлемые для себя параметры при покупке энергии. Среди них могут быть:

- качество энергии;
- доступность;
- мощность;
- отклонение от заявленных параметров;
- способы оплаты, стоимость;
- воздействие на окружающую среду;
- возобновляемость и т.д.

6. Оценка соответствия. В определенные промежутки времени организация проводит оценку соответствия правовым и другим требованиям, которые она обязуется выполнять с учетом масштабов внедрения системы энергоменеджмента. Результаты оценки соответствия документируются.

7. Корректирующие мероприятия. Необходимо определить требования к проведению корректирующих и превентивных мероприятий в соответствии с системой энергоменеджмента. Данный процесс подразумевает следующие действия:

- выявление несоответствий (явных или потенциальных);
- определение причин возникновения несоответствий (явных или потенциальных);
- оценка действий, необходимых для проверки данных о ненаступлении несоответствий или невозможности их повторного наступления;
- определение и реализация необходимых корректирующих мероприятий;
- оценка эффективности предпринятых действий.

Организация контролирует, что в документацию по системе энергоменеджмента внесены все необходимые изменения. Отчеты о проведенных корректирующих и превентивных мероприятиях сохраняются.

#### Список литературы

- 1 *Иманалиев Ж.* В контексте новой экономической политики // *Казахстанская правда*. — 2015. — 4 апр. — С. 4.
- 2 Послание Главы государства народу Казахстана «Нұрлы жол — путь в будущее» // *Мысль*. — 2014. — № 12. — С. 2–7.
- 3 *Нурғалиев Д.* Энергетические артерии республики // *Казахстанская правда*. — 2015. — 4 апр. — С. 5.
- 4 *Осанов С.* Производить инновационно, а потреблять рачительно // *Казахстанская правда*. — 2015. — 19 марта. — С. 4.
- 5 *Сысоева Е.А.* Энергетический менеджмент — ключевой инструмент реализации политики энергосбережения на российских предприятиях // *Менеджмент в России и за рубежом*. — 2012. — № 2. — С. 72–76.
- 6 ISO 50001 «Система энергоменеджмента. Требования и рекомендации по использованию». — [ЭП]. — Режим доступа: <http://www.14000.ru/projectsd/16001/BS-EN-16001-2009-rus.pdf>.
- 7 Энергоменеджмент. — [ЭП]. — Режим доступа: <http://www.e-profaudit.ru/for-the-client/energomenedzhment/>.

Р.С.Каренов

### **ISO 50001 стандартына сәйкес отандық кәсіпорындарда энергетикалық менеджмент жүйесін енгізу тиімділігі**

Қазіргі кезде әлемдік экономикадағы қиыншылықтарға қарамастан, Қазақстанда тұрақты әлеуметтік-экономикалық жағдай сақталып отырғандығы айтылған. Қазақстанның одан әрі дамуының негізгі экономикадағы құрылымдық реформаның жалғасуына бағытталған «Нұрлы жол» жаңа экономикалық саясаты болып табылатындығы көрсетілген. Қазіргі таңда энергия үнемдеу мәселесі барлық халықаралық қоғамдастық үшін де кезек күттірмес маңызды мәселе ретінде қарастырғандығы дәлелденген. Энергетикалық менеджмент саласындағы ең инновациялы стандарт ретіндегі ISO 50001 жаңа халықаралық стандартының маңызы ерекшеленген. Энергетикалық менеджмент жүйесінің үлгісі зерттелген. Кәсіпорында ISO 50001 стандартын енгізу кезеңдері қарастырылған. Ұсынылған стандартқа сәйкес отандық кәсіпорындарда энергетикалық менеджмент жүйесін енгізу оларға энергияны ұтымды пайдалануға, шығындарды қысқартуға, қоршаған ортаға теріс әсерін азайтуға мүмкіндік беретіндігі туралы қорытынды жасалған.

R.S.Karenov

### **The effectiveness of implementation of domestic enterprises an energy management system according to ISO 50001**

It is noted that in modern conditions, despite difficulties in the global economy, Kazakhstan is stable socio-economic environment. It is emphasized that the strategic basis for further development of Kazakhstan is becoming a new economic policy «Nurly Zhol», which focuses on the continuation of structural reforms in the economy. It is proved that at present the energy saving issues are considered as priority for the entire international community. Highlights the importance of the new international standard ISO 50001, which became the most innovative standard in the field of energy management. Consider the stages of adoption of ISO 50001. It deletes conclusion that the introduction of domestic enterprises of the energy management system according to the proposed standard will provide them with the possibility of rational use of energy, reduce costs, consumption by reducing the negative impact on the environment. use of energy, reduce costs, consumption by reducing the negative impact on the environment.

#### References

- 1 Imanaliev Zh. *Kazakhstanskaya pravda*, 2015, April 4, p. 4.
- 2 Mysl, 2014, 12, p. 2–7.
- 3 Nurgaliev D. *Kazakhstanskaya pravda*, 2015, April 4, p. 5.
- 4 Osanov S. *Kazakhstanskaya pravda*, 2015, March 19, p. 4.
- 5 Sysoeva E.A. *Management in Russia and abroad*, 2012, 2, p. 72–76.
- 6 ISO 50001 energy management System. Requirements and recommendations for use», [ER]. Access mode: <http://www.14000.ru/projects/16001/BS-EN-16001-2009-rus>. PDF.
- 7 *Energy management*, [ER]. — Access mode: <http://www.e-profaudit.EN/> for — the — client / energomenedzhment/.

А.В.Булавин

Кыргызско-Российский Славянский университет им. Б.Н.Ельцина, Бишкек, Кыргызская Республика  
(E-mail: sje.kg.2009@mail.ru)

## Оптимизация складского запаса торгового предприятия

В статье показано, что современный менеджмент представляет собой сложный аналитический процесс, учитывающий в планировании и принятии решений целые комплексы рассчитанных показателей, которые, к тому же, имеют обязательную периодичность обновления. В этой связи результативность менеджмента, отмечает автор, напрямую связана с использованием показателей с максимальной вероятностью достоверности. Цель исследования — рассмотреть потенциальные возможности совершенствования управления в условиях качественного подхода к организации складского запаса, в менеджменте торгового предприятия. Статья посвящена рассмотрению известных методов управления товарными запасами в контексте альтернативной возможности их применения. В частности, рассматривается возможность перехода рекомендаций относительных значений к абсолютным количественным значениям. Статья может быть полезна аналитикам предприятий, менеджерам по продажам, закупкам, а также всем, кто имеет отношение к планированию поставок либо продаж.

*Ключевые слова:* оптимизация товарных запасов; правило Парето; ABC-анализ; XYZ-анализ; дифференциация остатков; оборачиваемость товара; ликвидность товара; конъюнктура спроса; структуризация товара; взаимозаменяемость товара; переходящий остаток.

Для торгового предприятия одинаково актуально не допустить как недостатка, так и избытка товара. В случае дефицита предприятие теряет долю в продажах, а также возможный заработок. В случае профицита предприятие также теряет в доходности, так как в обоих случаях имеет место быть отклонение от равновесной цены. Проблема усугубляется, если речь идет о товаре с ограниченным сроком годности, а также при действующих высоких процентных ставках в регионе — в случае, если товар был куплен в кредит и будет заморожен до следующего сезона. Более того, в торговой компании, не контролирующей свои товарные запасы, по крайней мере, один отдел лишний, так как для работы с большим переходящим остатком отдел поставок так же не нужен, как отдел продаж для работы в дефиците. Запас — это средство, позволяющее предприятию функционировать, не решая проблемы, вызывающей запас. В связи с этим очевидна необходимость качественного управления товарными запасами, потребность в котором актуальна практически для любого предприятия изучаемой отрасли. В статье известные методы управления запасами рассматриваются в контексте альтернативной возможности их применения.

В настоящее время в научной литературе описано несколько методов оптимизации величины и ассортимента товарных запасов, которые могут найти применение в сфере деятельности практически любого торгового предприятия [1; 50–55]. Ниже приводится краткое описание основных.

**1. ABC-анализ.** Метод, классифицирующий ресурсы компании по степени важности. Существует несколько методов определения групп в ABC-анализе: эмпирический метод, метод суммы, метод касательных, метод петли, метод многоугольника, дифференциальный метод. Одним из самых простых методов из перечисленных является эмпирический. Деление на группы в нем, как правило, осуществляется с использованием правила Парето, в соответствии с которым:

**группе А** принадлежит совокупность позиций номенклатуры, характеризующейся высоким спросом и обеспечивающей 80 % продаж (товар, который необходимо держать в ассортименте постоянно);

**группе В** принадлежит совокупность позиций номенклатуры, характеризующейся средним спросом и обеспечивающей 15 % продаж (данный товар определяется как товар средней степени важности);

**группе С** принадлежит совокупность позиций номенклатуры, характеризующейся низким спросом и обеспечивающей 5 % продаж (к группе относятся товары, претендующие на исключение из ассортимента, либо товары-новинки).

Таким образом, технология оптимизации остатков в соответствии с правилом Парето позволяет, анализируя детально 20 % позиций номенклатуры, на 80 % эффективно управлять запасами, независимо от того, о каком товаре идет речь: сырье, комплектующие либо продукты питания.

**2. XYZ-анализ.** В основе метода лежит классификация номенклатуры по критериям динамики потребления и точности прогноза сроков потребления. Метод позволяет определять товары, пользующиеся постоянным спросом, товары, имеющие сезонный характер спроса, а также товары, спрос на которые имеет случайный характер. Суть XYZ-анализа заключается в группировке номенклатуры по признаку однородности анализируемых параметров. В сравнении рядов используется коэффициент вариации, позволяющий оценить степень отклонения значений параметра от среднеарифметического. Рекомендуемая в научной литературе классификация [1; 50–55] выглядит следующим образом:

X — совокупность позиций номенклатуры, характеризующейся постоянной величиной спроса и низкой погрешностью прогноза сроков потребления (коэффициент вариации — в пределах 10 %);

Y — совокупность позиций номенклатуры, характеризующейся предсказуемыми тенденциями (например, сезонных колебаний) и средней погрешностью прогноза изменения спроса (коэффициент вариации — в пределах 10–25 %);

Z — совокупность позиций номенклатуры, уровень потребления по которой прогнозировать не представляется возможным (коэффициент вариации — более 25 %).

**3. Совмещение методов ABC- и XYZ-анализа.** Если ABC-анализ дает возможность оценки вклада в структуру сбыта, то XYZ-анализ позволяет определить характеристику динамики сбыта. Функционально оба метода взаимодополняют друг друга, и сочетание их дает возможность сгруппировать товар в девять блоков по критерию принадлежности тому или иному методу анализа, где каждый обладает двумя характеристиками: уровнем продаж и степенью точности прогнозирования спроса на них.

В учебном пособии Б.А.Аникина «Логистика» [2; 202] предложено следующее описание сформированных групп:

- совокупность блоков AX, BX, AY представляет собой группу наиболее выгодного товара;
- группы товаров из блоков AZ, BY, CY нуждаются в мероприятиях по стимуляции спроса;
- группа низко оборачиваемых и неприбыльных товаров (блоки CY, BZ и CZ) требует активных маркетинговых действий по оптимизации запасов.

**4. Дополнение метода совмещения ABC- и XYZ-анализа коэффициентом оборачиваемости.**

Поскольку перечисленные методы не позволяют учитывать объем существующих остатков (ведь в качестве критерия анализа выступают продажи) без соответствующей поправки, находит применение практика использования в этом качестве коэффициента оборачиваемости ТМЗ [3; 6].

Экономический показатель оборачиваемости товара можно рассматривать как фактор, определяющий степень его ликвидности. Являясь в этом виде дополнительным критерием дифференциации, он позволяет выявить возможности оптимизации оборотного фонда. Для того чтобы учесть фактические остатки на конец рассматриваемого периода, следует произвести дифференциацию складских остатков по степени ликвидности на основе коэффициента оборачиваемости. Описанное в литературе распределение по данному критерию выделяет 4 группы товара [3;7]:

- 1 группа — высоколиквидные остатки (период оборачиваемости менее трех месяцев);
- 2 группа — среднеликвидные остатки (период оборачиваемости от трех до девяти месяцев);
- 3 группа — низколиквидные остатки (период оборачиваемости от девяти месяцев до года);
- 4 группа — неликвидные остатки (период оборачиваемости более года).

Дифференциация остатков в соответствии со степенью ликвидности, на основе группировки коэффициента оборачиваемости, может учесть только фактический остаток и совокупный объем продаж, но не характеристику продаж. Несовершенство известных методов анализа товарных остатков возможно избежать, используя вместе с комбинированием ABC/XYZ-методов дополнительную группировку складского запаса по оборачиваемости.

Идея такого подхода состоит в дифференциации всех товарных остатков на 36 групп, где каждая имеет 3 характеристики: объем продаж, динамика продаж и степень ликвидности фактических остатков товара. Таким образом, появляется возможность установки взаимосвязи характеристик спроса и фактического объема запасов товара на складе. Описанный метод дает возможность объединения 36-ти групп товара в 4 класса на основе принципа оценки — соответственно баллу выбранного критерия. Эффективность товара в группе по рассматриваемому критерию определяется высотой оценки присвоенного балла. Общая сумма чисел 3,2,1 представляет собой конечный результат балльной оценки.

Следующий шаг, на основе значения присвоенной суммы баллов, производит деление товара на 4 класса, для каждого из которых рекомендовано применение индивидуальных управленческих воздействий:

1 класс (позиции с балльной оценкой 9 и 8) — класс, имеющий позиции в объеме рабочего запаса, а также позиции с дефицитом складских запасов;

2 класс (позиции с балльной оценкой 7 и 6) — класс, имеющий позиции с излишним складским запасом;

3 класс (позиции с балльной оценкой 5 и 4) — класс, представляющий собой стоп-лист: поставки попадающих в него позиций необходимо остановить;

4 класс (позиции с балльной оценкой 3 и 2) — класс, имеющий позиции номенклатуры, по которым рекомендована полная ликвидация остатков.

Данное представление информации о товарных запасах дает возможность выявить его структуру, которая, в свою очередь, дает представление о фактическом состоянии остатков. Метод представляет собой синтез наиболее распространенных методов анализа, улучшенный дополнительной качественной характеристикой товарных запасов.

К числу недостатков перечисленных методов относятся:

- во-первых, сложность использования методов при работе с товарами-субститутами, в которых, например, снижение объемов продаж может быть следствием сознательного завышения цены (с целью приведения количественной структуры остатков в соответствие с конъюнктурой спроса на данный товар) и носить временный характер;
- во-вторых, классификация по перечисленным методам дает только лишь представление: о статусе товара, характеризующемся относительной долей присутствия товара в товарообороте, прибыли и т.п. (ABC-анализ); о степени стабильности продаж (XVX-анализ) или наличии дефицита либо профицита в существующих запасах (учет коэффициента оборачиваемости запасов). При этом расчет складского запаса не наполняется конкретными количественными рекомендациями его оптимального уровня (как в общем, так и на конкретный момент времени);
- в-третьих, трудоемкость реализации технологии метода связана с необходимостью использования специального программного продукта [3; 8].

Одна из альтернативных возможностей применения описанных методов заключается в формализации анализируемой информации до корректного восприятия. Смысл заключается в необходимости рассмотрения позиций номенклатуры в структурированном виде. Цель структуризации сводится, с одной стороны, к возможности комплексного рассмотрения однотипных данных, меняющих индивидуальное значение, в своей группе в рамках определенного либо установленного допущения; с другой — к увеличению точности прогнозирования оптимального запаса. Целесообразность проведения структуризации перед использованием ABC/XYZ-анализа либо их комплексным применением возникает при более углубленном рассмотрении свойств товара, заключающихся в его взаимозаменяемости. Необходимость подобной структуризации, согласно определению этого типа товаров, приведенному в словаре понятий и терминов «Экономикс» [4; 384], продиктована наличием прямого соотношения между ценой на один и спросом на другой товар (или услугу), т. е. снижение (повышение) цены одного товара (или услуги) вызывает уменьшение (увеличение) спроса на другой товар (услугу). Данное соотношение при анализе продаж обуславливает необходимость структурирования товара на группы по этому признаку, в противном случае, анализируемая группа товара, в конечном счете, будет иметь погрешность в размере всей неучтенной статистики товара-субститута, независимо от того, какой именно метод анализа используется.

Другая альтернативная возможность заключается в присвоении группам товаров-субститутов категории в соответствии с уровнем среднестатистического отклонения фактических продаж от потребности на основе правила Парето. Подобный подход применения соотношения (на основе правила Парето) при анализе и синтезе экономических показателей, согласно утверждению, приведенному в электронной энциклопедии «Википедия» [5], является распространенной практикой при работе в данной сфере. Поскольку в целом продажи пропорционально подчинены правилу Парето (т. е. 20 % всего ассортимента обеспечивают 80 % всего объема продаж и наоборот), предлагается использовать способ дифференциации товара по категориям (А, В, С) на основе аналогичной привязки, а именно:

- категория «А» — товар, имеющий среднюю нестабильность продаж (не более 20 % отклонения от определенной потребности);
- категория «С» — товар, имеющий среднюю нестабильность продаж (более 80 % отклонения от определенной потребности);
- категория «В» — товар, не вошедший в категории «А» и «С».

Привязка принадлежности к категории в части критерия «стабильность продаж относительно потребности»\* в большей степени соответствует подходу XYZ-анализа, а в части использования пропорции 20 % на 80 % — подходу ABC-анализа [1; 1, 10].

Следующий шаг на пути оптимизации складского запаса предполагает определение норм переходящего остатка, соответствующего определенным категориям групп товара.

Исходя из определенной выше принадлежности товара к категориям, также, на основе правила Парето, предложены следующие нормы переходящего остатка:

- товар категории «А» на начало месяца рекомендовано иметь в объеме, равном потребности текущего месяца плюс 80 % потребности следующего;
- товар категории «В» на начало месяца рекомендовано иметь в объеме, равном потребности текущего месяца плюс 20 % потребности следующего;
- товар категории «С» на начало месяца рекомендовано иметь в объеме, равном потребности текущего месяца.

Способ определения нормы переходящего остатка на основе обратно пропорциональной связи между его величиной и стабильностью продаж обусловлен следующей причинно-следственной связью: чем более спрос товара определенной категории устойчив, стабилен и прогнозируем, тем выше приоритет постоянного, обязательного присутствия товара данной категории на остатках. Способ определения пропорции товарного запаса 80 % на 20 % основан на логике пропорционального соответствия размера запаса его значимости по Парето.

В результате мы имеем конкретные количественные рекомендации оптимального уровня товарного запаса. В отличие от абстрактного представления о состоянии запасов, представляющего заключение типа «мало», «много» либо «нормально», появляется возможность оценить, на сколько именно много, на сколько именно мало и какое именно количество для данной группы субститутов является оптимальным.

Описанные дополнения позволяют избежать некоторых недостатков существующих методов, качественно улучшая результат анализа.

#### Список литературы

- 1 *Стерлигова А.Н.* Управление запасами широкой номенклатуры: с чего начать? // *Логинфо*. — 2003. — № 12. — 220 с.
- 2 *Логистика: Учеб. пособие / Аникин Б.А. [и др.], под ред. Б.А.Аникина, Т.А.Родкиной.* — М.: Проспект, 2006. — 310 с.
- 3 *Евса Я.М.* Экономические науки: Оптимизация методов управления складскими запасами // *Дискуссия*. — 2013. — № 7 (37). — С. 6–8.
- 4 *Макконнелл К.Р., Брю С.Л.* Экономикс: В 2 т. — Т. 2. — М.: Республика, 1992. — 400 с.
- 5 Закон Парето. «Википедия» свободная энциклопедия. — [ЭР]. Режим доступа: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Закон\\_Парето](https://ru.wikipedia.org/wiki/Закон_Парето) (дата обращения: 10,09,2014).

А.В.Булавин

### Сауда кәсіпорны қоймасындағы қорларды оңтайландыру

Мақала тауар қорларын олардың баламалы қолданылуын ескеріп басқарудың белгілі тәсілдерін қарастыруға арналған. Атап айтқанда, салыстырмалы мәндерді ұсынудан абсолютті мәндерді ұсынуға көшу мүмкіндігі қарастырылған. Мақаланың кәсіпорындар аналитиктеріне, сату, сатып алу менеджерлеріне, сондай-ақ жеткізуді немесе сатуды жоспарлауға қатысы барларға көмегі тию мүмкін.

\*Технология определения количественной потребности находится за рамками исследования настоящей статьи.

A.V.Bulavin

## Optimization of trade company's depotstock

Modern management is complex analytical process, where planning and decision making process takes into consideration complexes of estimated indexes, which are also being periodically refreshed. In this case, management results are directly connected with indexes implementation. Purpose of study is to examine potential opportunity in terms of qualitative approach to warehouse stock of trade company. Current article dedicated to examination of known trade stock management methods in scope of its alternative implementation. Particularly was considered possibility of transition from relative values to absolute quantitative values. Article could be useful for company's analytics, sales managers, purchasing managers and to every person involved in supply or sales planning.

### References

- 1 Sterligova A.N. *Loginfo*, 2003, 12, p. 220.
- 2 Anikin B.A., Rodkina T.A. *Logistics: study guide*, Moscow: Prospect, 2006, p. 310.
- 3 Evsya Ya.M. *Discussion*, Moscow, 2013, 7 (37), p. 6–8.
- 4 McConnell K.R., Brue S.L. *Economics*: In 2 volumes, vol. 2. Moscow: The Republic, 1992, p. 400.
- 5 Pareto Law, Wikipedia, [ER]. Access mode: URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Pareto\\_Law](https://ru.wikipedia.org/wiki/Pareto_Law) (date accessed: 10.09.2014).

Ya.Beano<sup>1</sup>, G.A.Mauina<sup>2</sup>, A.E.Zhansagimova<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Université Lille1 Sciences et Technologies, France,

<sup>2</sup>University «Astana», Astana

(E-mail: yannick.bineau@univ-lille1.fr)

## Replace the existing socio-economic development and environmental protection

Thus, the presence of a cluster allows domestic industry to maintain its advantage, and not give it to those countries that are more inclined to upgrade. The presences of a cluster of industries accelerate the process of establishing the factors where there is a group of domestic competitors. A cluster is a means to overcome the isolation on domestic issues, inertia, intransigence, inflexibility, and collusion between competitors that reduce or completely block the beneficial effects of competition and the emergence of new firms. All firms in the cluster of related industries are investing in specialized, but related technology, information, infrastructure, human resources, leading to a massive emergence of new firms. By now, it should be clear that our environment is becoming ever less capable of sustaining the growing impact of our economic activities.

*Key words:* innovation, tourism, model, cluster, touristic- recreational resources, structure.

Recently there has been increasing talk about tourism in a green economy, about green tourism, about adapting to and mitigating climate change in relation to tourism, about the green market, green programmes and so on.

Thus, national competitiveness is largely dependent on the level of individual clusters. This fact is a great importance for public policy and strategy [1; 90]. Generally, previous studies in numerous service disciplines have shown that customer satisfaction measures how well a customer's expectations are met and customer loyalty measures how likely customers are to return and to spread positive words about destinations to others [2; 1115–1122].

The founder of the theory of cluster development is M.Porter, who has studied this problem by examining the competitive position of more than 100 branches in the different countries. M. Porter pointed out that the most competitive on an international scale the same industry firms usually do not haphazardly scattered in various developed countries, and tend to concentrate in the same country, and sometimes even in the same region of the country [3].

Competitiveness extends up the processing chain. Businesses make up the cluster quality of delivered them semi-finished and, thus, forcing their suppliers to also enhance competitiveness. Competitors of the cluster leader settled in a bitter struggle on the domestic market and have gained experience of successful counter the strongest companies in the world, created a competitive product compared to its products. So fierce competition of the cluster of firms in the domestic market and abroad poured into the joint expansion. Firms of cluster, because of the mutual lapped, become to carriers of the same «business ideology» and, leaning on her, win overseas aliens. World leading market large companies and firms are need of a large number of technologies adapted to their equipment, materials, etc., which creates a large market for small companies with innovative orientation, which in the future becomes a generator of competitive advantage. The cluster provides employment and a host for small firms — suppliers of simple parts, that is structure of the cluster, in principle, copies the structure of the national community of companies, but with one important distinction: it contains the country's business elite, which determines the international competitiveness of the nation.

In the core of the process of cluster formation is the exchange of information about needs, techniques and technologies between industries — customers, suppliers and related industries. The competition between companies of the cluster can affect to the exchange of information, since each of them wants to use it yourself. The fact that the mutual exchange gives profitable terms to all local firms in their competition with foreign rivals does not eliminate fully the concerns of his own position in the market. The mechanisms that contribute to the exchange between the clusters are those conditions that contribute to an easier flow of information and coordination of the interests of both horizontally and vertically related firms. Factors determining the coincidence of objectives and compatibility within the clusters: family or near family ties within the cluster between firms (which is especially important for countries in the Asian mentality) common owner-

ship within the industry group, equity participation in share ownership, the interaction between the directors of companies; national patriotism.

These factors collectively form business environment. Business environment, as such, is the total of all external forces, which affect the organization and operations of business. The environment of an organization has got internal, operational and general lives managers must be aware of these three environmental levels and their relationship and importance. The term 'business environment implies those external forces, factors and institutions that are beyond the control of individual business organizations and their management and affect the business enterprise. It implies all external forces within which a business enterprise operates. Business environment influence the functioning of the business system. Thus, business environment may be defined as all those conditions and forces which are external to the business and are beyond the individual business unit, but it operates within it. These forces are customer, creditors, competitors, government, socio-cultural organizations, political parties national and international organizations etc. some of those forces affect the business directly which some others have indirect effect on the business. Business environment as such are classified into the following three major categories, they are: Internal environment, Operational environment, General/external environment, Both internal and operational environment are the creation of the enterprise itself. The factors of external or general environment are broad in scope and least controlled and influenced by the management of the enterprises. Now we discuss those factors in details as below: Economic dimensions of environment, Economic environment refers to the aggregate of the nature of economic system of the country, the structural anatomy of the economy to economic policies of the government the organization of the capital market, the nature of factor endowment, business cycles, the socio-economic infrastructure etc. The successful businessman visualizes the external factors affecting the business, anticipating the prospective market situations and makes suitable to get the maximum with minimize cost. Social dimensions or environment The social dimension or environment of a nation determines the value system of the society which, in turn affects the functioning of the business. Sociological factors such as costs structure, customs and conventions, cultural heritage, view toward wealth and income and scientific methods, respect for seniority, mobility of labour etc. have far-reaching impact on the business. This factor determines the work culture and mobility of labour, work groups etc. For instance, the nature of goods and services to be produced depends upon the demand of the people which in turn is affected by their attitudes, customs, so as cultural values fashion etc. Socio-cultural environment determines the code of conduct the business should follow. The social groups such as trade unions or consumer forum will intervene if the business follows the unethical practices. For instance, if the firm is not paying fair wages to its business in indulging in black marketing or adulteration, consumer's forums and various government agencies will take action against the business. Political environment the political environment of a country is influenced by the political organizations such as philosophy of political parties, ideology of government or party in power, nature and extent of bureaucracy influence of primary groups etc.

The tourism industry is highly competitive due to the globalization of markets and the rapid changes demanded by consumers (San Martín 2005). In order to compete effectively, destinations must design and implement appropriate strategies and marketing initiatives to position themselves in their target markets (Hawkes & Kwornik 2006; San Martín 2005) [4].

While maintaining a high level of competitiveness in the industry is the result of a well-functioning «golden section» of the economic system, is rarely so that, the whole system existed from the beginning. Taken separately favorable factor often gives an initial impetus to a particular industry, often — around a single firm. Sometimes the important role played by the case [5].

Tourism clusters are formed on the basis of tourism assets in the region and consists of enterprises of different sectors related to the servicing of tourists, for example, tourist operators, hotels and catering sector, producers of souvenirs, transportation companies and others. The purpose of creating of the tourism cluster — to improve the competitiveness of the territory of the tourist market through synergies, including improving the efficiency of enterprises and organizations belonging to the cluster, stimulating innovation, promoting the development of new directions.

Definition of species, specific resources determine the demand for tourism products and indirectly — on the formation and maintenance of the entire tourist infrastructure. Identification of the tourist resources allows for determination necessary elements for the cluster [6].

There are currently a number of international programs for the implementation of sustainable tourism. One of them is a program of integrated coastal zone management (Integrated Coastal Zone Management), which has the status of the Code and adopted by most countries in Europe, intensively developed in

America, is relevant for Russia. The purpose of this program: accounting of specific social and environmental conditions of marine coastal life in the organization and management of coastal zones. European training program Integrated Coastal Zone Management funded by the European Union.

The phenomenon of the cluster as an object of economic agglomeration of interconnected companies in a certain territory, known since the days of handicraft production. But only since the last quarter of XX century, industrial clusters have begun to show itself as an important factor in regional economic development. Among the economists in the world is becoming increasingly recognized view that the regions in which clusters are formed, are leaders in economic development [7].

There are two basic categories of clusters formed in the spatial and functional axes. When the distinction between clusters of functionally-related systems, which are less strictly limited to certain regions, coinciding with the original definition of Porter (1990, see Tabl. 2), usually related to industrial clusters. Spatial grouping of similar and related firms and industries related to regional clusters [8].

Clusters — the zone of growing new model for regional development decisions. These technology packages that are created in the cluster can be replicated in different parts of the country, forming a regional strategic employment sites, including through the involvement in the country, who left earlier from her staff.

Thus, one way to enhance and improve the innovation environment in the region can be considered as the cluster approach in the implementation of innovation policy [9]. The heterogeneity of levels of socio-economic development makes it necessary to develop the differentiated regions, the actual consolidation of their role in the economy of the district and territorial structure of the economy. The process of creating clusters of innovation must take place with the specific regions: the levels of regional innovation capabilities, financial support of regional budgets, innovative activity of enterprises in the region, levels of industrial development [10].

Innovation processes take place in international and national control systems of tourist activity, the development of new technologies (e-commerce, the creation of virtual travel agencies); forms of marketing, creating a tourist product.

Methodology of the research were the fundamental works of foreign scholars devoted to the tourism, clusters, innovation management, the fundamental scientific principles of the regional economy, the cluster theory of innovation and innovation, research domestic and foreign scientists, set out in the periodical literature, proceedings of scientific conferences, theses and monographs, revealing patterns of innovation areas at the regional level.

In the declaration, «Peace and Tourism» it was proclaimed: «We aim to promote cooperation in the exchange of knowledge, information, technology and human resources related to tourism areas between developed and developing countries; to cooperate to make knowledge-based tourism industry and to fill the missing links in the economic, social and cultural environment and technology; also to contribute in the social development and prosperity of mankind».

Sustainable tourism development requires an adequate participation of all stakeholders which are relevant to this field and needs the strong political leadership to the same extent to ensure wide participation and attainment of consensus. The attainment of sustainable tourism is a continuous process requiring constant monitoring of the environmental impact by introducing, if necessary, appropriate preventive and / or corrective actions [11].

Clustering can provide a number of obvious advantages of the regional economy:

1. Regional Development.
2. The convergence of basic science and practice of integrated development, which leads to the emergence of new types of products and improve the conditions of production of the old.
3. The development of industrial infrastructure through the introduction of innovations.

In addition, the formation of clusters and a number of advantages to companies forming part of the clusters. Experts identify the following mechanisms acting on all companies within the cluster:

1. cost-distribution (allowing optimal use of capacities of all firms within the cluster, to ensure the sharing of information and production resources);
2. credit co-operative (provides mutual lending participants in the cluster, as well as the possibility of mutual guarantees and warranties);
3. tax-optimization (includes various methods of reducing the tax base);
4. innovation (technology transfer grace);
5. information (provision of benefits for each brand of the cluster members, as well as the formation of a common information space in order to ensure effective communication) [12].

Since 1993, Kazakhstan is an active member of the World Tourism Organization. The governments of many states consider Kazakhstan a promising partner with great potential for tourism and the number of bilateral and multilateral agreements on cooperation in tourism is increasing from year to year.

In 2011, the number of tourist companies continued to grow<sup>1</sup>, in particular, the number of tourist firms increased from 1252 (in 2010) until 1515, of which 808, that's, the majority located in Almaty city.

The number of visitors served fell in 2011 to 135,237 compared with 157,988 in 2010, indicating that the crisis phenomena in the industry, including in Almaty decline occurred almost doubled (from 30,604 to 17,249).

The measures taken by government regulation, development of tourism in the RK is very slow. The existing legal framework regulating the tourism activity is not complete and perfect.

The main causes inhibition of tourism development are:

- lack of an integrated system of state regulation of tourism in the regions;
- subordination of tourist accommodation facilities, spa, fitness and recreational facilities to various ministries and departments, as well as other bodies of executive power;
- slow growth of investment in the development of material base of tourism;
- discrepancy between the vast majority of tourist facilities to international standards and require significant investment;
- insufficient supply of qualified tourism professionals;
- lack of state support and an integrated approach to advertising of the national tourism products in domestic and international tourism market;
- lack of methodological, organizational, informational and material support to the tourism industry of entrepreneurs from the state;
- tendency to reduce the number of hotel enterprises;
- high taxes;
- unsatisfactory state of tourism, service and information infrastructure in the areas of highways and international transport corridors.

To solve the identified problems need a program of reforming the travel industry and its transition to sustainable development, which should include the following elements [13]:

- improvement of the existing legislative framework and the establishment of effective mechanisms for its implementation;
- training of skilled and responsible professionals;
- development and implementation of financial and economic instruments for sustainable tourism development as a priority;

The development of national tourism can not be based solely on market mechanisms, because tourism is not only an economic phenomenon, but also deeply social, spiritual and cultural. Therefore, a public policy of tourism development in Kazakhstan. Also important is the need to establish mechanisms to facilitate the construction of new facilities and renovation of existing tourist and resort infrastructure. Need to create a system of tourist information centers — an element of tourism industry, the creation of tourist offices abroad. Significant role in the implementation of these tasks can play a cluster approach.

By now, it should be clear that our environment is becoming ever less capable of sustaining the growing impact of our economic activities:

- **Damage to property and infrastructure.** Sea-level rise, floods, droughts, wildfires, and extreme storms require extensive repair of essential infrastructure such as homes, roads, bridges, railroad tracks, airport runways, power lines, dams, levees, and seawalls.
- **Lost productivity.** Disruptions in daily life related to climate change can mean lost work and school days and harm trade, transportation, agriculture, fisheries, energy production, and tourism. Severe rainfall events and snowstorms can delay planting and harvesting, cause power outages, snarl traffic, delay air travel, and otherwise make it difficult for people to go about their daily business. Climate-related health risks also reduce productivity, such as when extreme heat curtails construction, or when more potent allergies and more air pollution lead to lost work and school days.
- **Mass migration and security threats.** Global warming is likely to increase the number of «climate refugees»—people who are forced to leave their homes because of drought, flooding, or other climate-related disasters. Mass movements of people and social disruption may lead to civil unrest, and might even spur military intervention and other unintended consequences.

- **Coping costs.** Societies may find ways to prepare for and cope with some climate impacts—provided that we do not let our carbon emissions continue unabated. However, even a partial accounting of these measures suggests that coping is likely to be more costly steps to reduce carbon emissions thereby reducing associated climate impacts.

For example, farmers might need to irrigate previously rain-fed areas, cool vulnerable livestock, and manage new or more numerous pests. Local and state governments that take early steps to ensure that houses are more energy efficient, and build early warning systems for heat waves and disasters and add emergency responders are more likely to cope with extreme events. Governments may also have to build seawalls, contain sewer overflows, and strengthen bridges, subways, and other critical components of the transportation system.

Rebuilding after disasters strike is likely to prove even more costly than these preventive measures, studies show. And these costs do not include those stemming from lives lost and other irreversible consequences of allowing heat-trapping gases to accumulate unchecked in our atmosphere [14].

In such conditions, there can be only one way of maintaining the habitability of our planet and that is by setting out methodically to reduce this impact. Unfortunately, it is the overriding goal of just about every government in the world to maximize world trade and create a global economy.

Recreational resources, cultural and historical potential of Kazakhstan can find its niche in the global tourism market and to achieve rapid growth tourist industry in the country. This extensive growth of the tourism market will boost employment and income of the population involved in the tourism industry, as well as development related to tourism industry and most importantly, increase the flow of investments into the Kazakh economy.

Understanding the role of tourism in the economy and well-being of the population growth, tourism in the Republic of Kazakhstan on the national level is recognized as one of the priority sectors of the national economy. The Programmed of Strategic Development of RK tourism industry's as one of the priorities of economic development, prominently.

The tourist industry is allocated to one of the clusters in the system of national clusters, among which along with tourism are oil and gas engineering, food and textile industries, transport logistics, metallurgy and building materials. These sectors are paramount and that they hoped-as a means of avoiding raw material orientation of the country's economy.

At the same time, the beginning of the state independence of the Republic of Kazakhstan tourist branch has not been the principal structural and content changes. No attention was paid to the integrated forecasting, long-term planning and territorial organization of tourism and non-tourist structures. Moreover, the situation in the tourism sector is particularly adversely affected the systematic reorganization of the government, were responsible for the development of tourism and a reduction in funding for their content. Obstacle to development in the industry was the failure to recognize the priority of tourist activity on the part of local government, despite the fact that the majority of revenue comes from tourism to the local budget.

During the development of tourism industry's in the Republic of Kazakhstan from 1991 to 2013, observed the following trends in the tourism sector:

- The growth of the firm engaged in tourist activities;
- The reorientation of domestic tourists to outbound tourism to the domestic
- Increasing the volumes of inbound tourism;
- Increase the number of strategic international agreements on cooperation in the tourist industry;
- Reorganization and improvement of the state structures of tourism management;
- The development and successful use of the State Program of development of the tourism industry;
- Kazakhstan's continued participation in international tourism exhibitions and conferences;
- Modernization of the legislative framework in the regulation of tourist activities.

Thus, during the years of state independence of Kazakhstan, a number of important measures to promote national tourism industry's of the Republic, signed 22 international agreements on cooperation in tourism, with huge potential of social efficiency. At the same time the development of the tourism industry is fast enough, in recent years has stagnated for a number of indicators. All this makes the actual development of the tourism cluster in the Republic of Kazakhstan, especially in the area of Shchuchinsk-Borovoe.

Of course, measures could be taken to ban or at least limit activities that are particularly destructive — and channel economic development into those areas that are less so. But with the development of the global economy, even this is no longer possible — for by its very nature it must be controlled by increasingly stateless, unaccountable and ungovernable transnational corporations, that have set up, via the World Trade Organization, a new international legal system that is designed to make it virtually impossible to adopt environmental controls that could increase their costs and thereby reduce their competitiveness.

## References

- 1 Statistical Handbook: Tourism in the Republic of Kazakhstan for 2007–2012. — Astana, 2013. — P. 90.
- 2 *Chen C., Tsai D.* How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions?, 2007. — *Tourism Management*, Vol. 28. — P. 1115–1122.
- 3 *Porter M.* International competition, Moscow: International Relations, 1993. — 895 p.
- 4 *Jung S.H., Yoon H.H., Kim J.Y.* The Service Industries Journal. — No. 32 (13). — 2012. — P. 2145–2165.
- 5 *Marshall Alfred.* Industry and Trade. — London: Macmillan, 1920.
- 6 *Peter F. Drucker.* Challenges of Management in the XXI century: [trans. from english.] / Peter F. Drucker. — Moscow: The Publishing office «Williame», 2003.
- 7 *Khodadadi M.* What is in a Name? Evoking Associations in Cultural Tourism Marketing of ‘Persia’ and ‘Iran’. PhD Networking Conference, Exploring Tourism III: Issues in PhD Research, 1–2 July 2009, Nottingham University Business School, Nottingham. — UK, 2009. — P. 89.
- 8 The Global Innovation Index 2013: The Local Dynamics of Innovation, Edit. Soumitra Dutta, Bruno Lanvin, Cornell University, INSEAD and WIPO, 2013. — P. 417.
- 9 Innovation Management / S.D. Il’etkova, L.M. Gohberg, S.U. Yagudin et al. edited by Prof. S.D. Il’etkova, Moscow: Unity-Dana, 2003. P. 1221–1226.
- 10 *Prayag G.* Journal of Travel and Tourism Marketing, 2009. — No. 26 (8). — P. 836–853.
- 11 *Sokolenko S.I.* Systems of industrial globalization: Webs. Alliances. Partnership. Clusters. — Kiev, 2002. — P. 645.
- 12 *Chernoutsan E.M.* The poles of competitiveness as a key instrument for the implementation of the new industrial policy and regional policy in France / public policy for regional development of Russia. All-Russian Scientific Conference, London: Centre for problem analysis and public management of design, 2008.
- 13 *Mingaleva J., Tkachev S.* World Economy and International Relations. — Moscow, 2000. — No. 5. — P. 97–102.
- 14 [ER]. Access mode: <http://www.climatehotmap.org/global-warming-effects/economy.html>

Я.Бино, Г.А.Мауина, А.Е.Жансағымова

## Әлеуметтік-экономикалық дамуы мен қоршаған ортаны қорғаудың өзара байланысы

Мақалада жаңалануға өте қабілетті елдерге кластерлердің болуы отандық өндірістің өзіне тән ерекшелігін ұстап тұруына мүмкіндік береді. Экономиканың әр түрлі салаларында кластерлердің қолданылуы ішкі бәсекелестер тобының болуының факторларын бекіту үдерісін жеделдетуге ықпал етеді. Бұл кластер жаңа фирмалардың пайда болуына және бәсекелестікке қолайлы әрекет етуді толық кедергі келтіретін бәсекелестер арасындағы ішкі мәселелер, селқостықты, ымырасыздықты, қатаңдылықты және астыртын әрекетін еңсеру құралы ретінде танылған. Құралас саладағы кластер ішіндегі барлық фирмалар арнайы технологиялар, ақпараттар, инфрақұрылым, адам ресурстарына инвестициялайды, бұл жаңа фирмалардың өсуіне ықпал етеді. Қазіргі уақытта бізді қоршаған орта дамып келе жатқан адамзаттың ауыл шаруашылық қызметіне қарсы тұру қабілеті азайды.

Я.Бино, Г.А.Мауина, А.Е.Жансагимова

### **Взаимодействие социально-экономического развития и охраны окружающей среды**

В статье показано, что тем странам, которые более склонны к обновлению, наличие кластера позволяет отечественной промышленности поддерживать свое преимущество. Присутствие кластера в различных отраслях экономики, подчеркивают авторы, ускоряет процесс установления факторов, где существует группа внутренних конкурентов. Кластер в статье определен как средство для преодоления внутренних проблем, инертности, непримиримости, жесткости и сговора между конкурентами, которые уменьшают или полностью блокируют благоприятное влияние конкуренции и появление новых фирм. Все фирмы в кластере смежных отраслей, отмечают авторы, вкладывают в специализированные технологии, информации, инфраструктуры, человеческие ресурсы, что приводит к массовому появлению новых фирм. Сделан вывод, что в настоящее время окружающая среда становится все менее способной поддерживать растущее влияние хозяйственной деятельности человечества.

Zh.M.Shayekina, D.G.Mamrayeva, L.V.Tashenova

*Ye.A.Buketov Karaganda State University  
(E-mail: dina2307@mail.ru)*

## **The theoretical aspects of using the basic elements of marketing communications in tourism**

Marketing communications in tourism and recreation play an important role, as potential consumers should decide on purchases based on their existing views on the proposed tourism products to them, and not guided by physical, tangible examples. As a result of marketing communications today are a key element of the marketing mix in the tourism and leisure, and cover a wide range of activities. This reflects the role of the special importance of promotion aimed at developing the potential consumer attitudes towards the desired product and service representative for desired behavior.

*Key words:* tourism, marketing communications, tourism industry, advertising, B2B Sales Missions, sales promotion, AIDA, customer relationship management.

Modern consumers are skeptical of many initiatives marketing professionals, so to attract and retain consumer interest in any kind of goods is difficult. At the present time, to ensure a successful sale of goods or services, companies need to do more than just watch its excellent quality, setting him on the lowest price, or simply place the best product on the shelves. The company must sell their products, accompanying them with original, informative and attractive appeals that would convince these products in accordance to the needs and desires of consumers.

Special characteristics of services and goods from the differences services require additional knowledge and marketing, although many approaches to marketing of goods apply to services, but their use is often different.

Service industry, as a rule, is a high contact area, where the quality of service is inseparable from the quality of your service provider. High contact means that the sale of services occur in the process of meeting the customer and the service provider. The service provider brings to the service result some material, which is manifested in the creation of customer experience based on the fact that the buyer sees artist services that behave confident professional gives advice during maintenance and listen to comments and requirements of the buyer uses modern equipment and tools. All of these items are visible to the buyer when purchasing invisible services and therefore give the impression of confidence that the service will be performed, and the buyer is satisfied. Thus, the provider of a service to become like a part of the result of the service, part of the service itself.

The breadth and diversity of the service industry makes it difficult to determine the opportunities in various sectors of services of general regularities characteristic of the service sector. In this paper we will consider the specifics of marketing communications in tourism.

Tourism is an industry that sells intangible experiences. Communication is vital to the success of tourism businesses since it is only through the effective use of communication that tourism marketers can offer to customers tangible cues about those intangible experiences. Also, while communication is an essential component in the conduct of any service business, it has got an overarching role in tourism. Tourists are individuals who want to escape from the routines of the mundane world. They want to experience 'the other' aspect of their selves not allowed to be expressed in the ordinary life settings. Such a conceptualization of the tourism phenomenon gives us clues about the type of communication that will be appreciated by tourists.

Modern marketing of tourist firm means more than the development of good services, setting them attractive prices and bringing them customers target market.

Travel firm must also have a continuous communication link with existing and potential customers. Therefore, every travel company inevitably begins to play as a source of communication and generator of various means of promoting information about the services market.

It is very important to understand the communication process.

Seven major elements of communication process are: (1) sender (2) ideas (3) encoding (4) communication channel (5) receiver (6) decoding and (7) feedback.

Communication may be defined as a process concerning exchange of facts or ideas between persons holding different positions in an organization to achieve mutual harmony. The communication process is dynamic in nature rather than a static phenomenon.

Communication process as such must be considered a continuous and dynamic inter-action, both affecting and being affected by many variables.

(1) Sender: the person who intends to convey the message with the intention of passing information and ideas to others is known as sender or communicator.

(2) Ideas: this is the subject matter of the communication. This may be an opinion, attitude, feelings, views, orders, or suggestions.

(3) Encoding: since the subject matter of communication is theoretical and intangible, its further passing requires use of certain symbols such as words, actions or pictures etc. Conversion of subject matter into these symbols is the process of encoding.

(4) Communication Channel: the person who is interested in communicating has to choose the channel for sending the required information, ideas etc. This information is transmitted to the receiver through certain channels which may be either formal or informal.

(5) Receiver: receiver is the person who receives the message or for whom the message is meant for. It is the receiver who tries to understand the message in the best possible manner in achieving the desired objectives.

(6) Decoding: the person who receives the message or symbol from the communicator tries to convert the same in such a way so that he may extract its meaning to his complete understanding.

(7) Feedback: feedback is the process of ensuring that the receiver has received the message and understood in the same sense as sender meant it.

One obstacle that prevents marketing messages from being efficient and effective is called barrier. Barrier is anything that distorts or disrupts a message. It can occur at any stage in the communication process. The most common form of noise affecting marketing communication is clutter.

Communication processes should not be left to chance. To work effectively firms often hire advertising agencies to develop effective advertising professionals to promote marketing, preparation of programs promoting tourism product and, finally, firms engaged in public relations for the development of the corporate image of the company. For any tourist firm not only a question what kind of communication policy conduct, but how much money you need to spend and how to do it.

Modern marketing requires much more than create a product that meets customer needs, assign it the right price and make it available to target consumers. Firms need to communicate with their customers. In this case, the content of communications should not be anything random, otherwise, the firm reduced profits because of the large costs of implementing the communication and because of the damage to the image of the company.

Considerable resources (time, personal effort and money) are invested in developing products and services. If the organization has also invested in marketing research, it is not unreasonable to expect success and returns in selling these products and services to customers. However, the task of ensuring a profitable exchange requires communicating with customers.

Promotional activities have long played a significant role in communicating with existing and potential customers. As customers have become more sophisticated and better understood in terms of their aspirations and needs, so have communications become more sophisticated.

Effective marketing communications can:

- 1) create a need;
- 2) create, build and maintain awareness, image and reputation;
- 3) educate;
- 4) inform;
- 5) provoke a response;
- 6) reinforce competitive advantage influence;
- 7) build a relationship increase profits.

It is not enough just to be creative at marketing communications. We communicate in many different ways with customers and other stakeholders, and they all need to be consistent or they create confusion and even damage the efforts of our marketing communications.

Marketing Communications consists of four main means of influence:

- advertising;
- propaganda;

- sales promotion;
- personal selling.

Advertising — this applies to any non-personal form, by any means information about the physical or legal person, goods, ideas and initiatives (advertising information), which is designed for an indefinite or a certain group of people, openly come and paid advertiser and is designed to form and maintain interest to this physical, legal entity, ideas and initiatives and to promote the sale of goods, ideas and initiatives.

The tactical aims in advertising tourism products will be no different from those of any other product, in line with the objectives given above of informing, persuading and reminding. Essentially, the aims will follow the AIDA:

- attracting Attention;
- creating interest;
- fostering desire;
- inspiring action.

Tourism principals' approaches can vary markedly in their advertising aims. Well-established destinations, transport companies and tour operators will often focus on brand awareness and the qualities with which the brand is associated (thus Thomas I Cook's series of television advertisements in 2003 emphasising their quality control mechanisms). Others will use the less expensive medium of press advertising to achieve all four of the AIDA aims, with the action element translated into sending for a brochure. The drive to make the most of tight budgets has increased pressure for, advertising to feature some kind of 'call to action' which can be measured — thus, the addition of a reply-paid card glued to the advertisement appears in many weekend national newspapers in the peak booking period following the turn of each new year. In addition, tour operators will underpin their strategic advertising with a year-round programme encompassing relatively short-term tactical aims [1; 266].

In addition to the list of general advertising channels listed earlier, there are distinct ways in which tourism and hospitality organizations advertise their products and services.

In the case of resort-based hospitality or visitor attractions, for example, it is common to use leaflets or flyers to promote competing venues for bars and nightclubs and restaurants. These are distributed on busy shopping and/or culture streets or quarters of the city or resort. These forms of advertising are particularly important for spontaneous decision-making and to raise awareness of promotions or current events.

When planning a tourism advertising campaign, the organization must consider the types or mix of media which will be used to deliver the message. The range of media types which can be useful for tourism is as follows:

- campaign;
- business-to business (B2B) sales missions/workshop/exhibitions;
- print advertising;
- direct mail/customer relationship management (CRM)/newsletters);
- online advertising/e-CRM (including e-newsletters);
- brochure distribution;
- agent training programmes;
- familiarization visits;
- lead generation research [2].

**Campaign.** Refers to a specific communications drive directed towards potential customers through a communications campaign which includes the full range of above-and below-the-line advertising and media.

**B2B Sales Missions.** B2B sales missions, workshops and exhibitions refer to communications made to other businesses such as travel agents and tour operators. This is particularly useful for the travel trade where destinations promote themselves to tour operators, tour operators promote their activities alongside destinations and transport and visitor attractions also promote themselves to a travel trade audience. However, customer-oriented travel or holiday exhibitions or 'fairs' have emerged as a new form of promotional activity directly targeting customers.

**Print Advertising.** Print advertising generally refers to the printed media, advertisements in newspapers, magazines, advertorials and other printed forms.

**Online Advertising.** Online advertising, including e-CRM and e-newsletters, refers to advertising placed on websites or to e-mail database advertising. Online advertising is the subject of Chapter 10 and so will not be covered here.

**Direct Mail/CRM/Newsletters.** Increasingly, tourism and hospitality organizations alongside many other sectors are turning to database marketing, or 'direct marketing' and communication approaches as mentioned previously. The advantages of these types of communication are that they can be personalized and thus make appeals on the basis of familiarity which in turn may lead to customer loyalty. Hotels are particularly good at exploiting their databases and their client preferences to direct personalized advertisements.

**Brochure Distribution.** In tourism and travel, there remains a heavy reliance on brochures and so the development and distribution of brochures forms an important part of the communications mix. Brochures have always been a vital communication tool in tourism as a source of information and in aiding consumer decision-making. Brochures traditionally helped overcome some of the problems of intangibility and also allowed the organization to deliver some strong messages about the destination or organization in an advertising format. Mostly, brochures are requested by potential consumers so there is a good chance to sell. However, they are often very generic, undifferentiated, and so they may not have enough appeal for niche market audiences. Brochures create representations of the resorts, destinations and brands featured by the organization. They use a standard mix of images and narrative and the authenticity of these representations has been the subject of much debate in tourism social science.

**Agent Training Programmes.** Agent training programmes are largely designed to enable destinations, tour operators and visitor attractions to brief sales personnel so that they are more aware of the products and their benefits and features. In this way agent training programmes can be equated with familiarization visits. However, these can also be targeted at journalists to generate press coverage in the travel and lifestyle sections of the printed or broadcast media.

**Lead Generation Research.** Lead generation research is concerned with the identification of the names and addresses of potential customers to target with personal selling through telephone or house visits [3; 218].

Tactical advertisements will push late availability, often coupled with special price offers which, whether placed by operator or travel agent, will make a strong case to book the holiday then and there. Telephone hotlines, Internet websites, credit card facilities and 7-day 24-hour service are major features of such advertisements.

Sales promotion is the marketing activities other than advertising, promotion and personal selling, stimulating consumer purchasing and dealer effectiveness of exhibitions, demonstrations, and various non-recurring sales efforts.

**Personal selling.** By definition Kotler under the personal selling understood oral presentation of goods in the course of the conversation with one or more potential buyers for the purpose of sale.

**Advocacy** is an integral part of the broader concept, the concept of activity in the organization of public opinion (public relations). Public Relations is a long-planned effort to establish and maintain friendly relations and mutual understanding between an organization and its public.

In our article we also focus on marketing communications through the Internet.

The freedom of choice provided by the Internet is just the latest factor in the underlying changes in the tourism market outlined in Chapter 4. Many of today's travelers are likely to be the third generation of their families to enjoy foreign holidays. Better educated and more experienced than their parents, they are no longer deterred by the three Fs of flying, foreign food and foreign languages. Instead, they are sophisticated consumers used to expressing themselves through their lifestyle and by what they buy and consume. This trend is evident, for example, in food, fashion and home improvements as well as in holiday destinations and choice of travel products. Many modern customers are in demanding jobs, are 'money rich but time poor', and are looking for new experiences to get the most out of their precious limited free time. The Internet simply provides them with a more convenient means of satisfying these aspirations.

The choice available to consumers has increased owing to a number of other supply-side factors alongside the Internet. Deregulation of air travel and the rise of the low-cost carriers have encouraged the growth of the impulse-buy short-break market, offering new destinations near regional airports. Political changes, such as the opening up of Eastern Europe, the abolition of visa requirements and the adoption of a common European currency, all reduce the need to plan ahead. The fact that there is often little to choose between competing hotel or airline brands, and that an acceptable quality of service can often be taken for granted, means that short breaks booked over the Internet are seen as relatively low-risk purchases [4; 250].

These studies, conducted by the marketing team Neil sen Netratings in already 2005 in 38 countries, show that about 10 % of the population — 627 million people — make purchases through the Internet.

The most popular goods purchased online, was the book: 212 million people said that it was among the book last three goods purchased over the Internet. In second place on the list of the number of people visiting the tourist sites and book travel services — 135 million customers [5].

The rapid development of the tourist industry in recent decades due to two factors c: development of civil aviation and the establishment of computer reservation systems. In turn, the increase in the number of airlines, aircraft, a well as the growth of air traffic naturally led to the need for and use of computer reservation systems CRS (Somputer Reservation System), which became the main instrument for airline reservation. The first backup system came on the market in the mid 60s. XX century. This system was Aroлло company United Airlines and Sabre company American Airlines. Initially, the development of computer reservation systems went through the installation of terminals in the offices of the airlines themselves. They greatly improved the quality and efficiency of the airline personnel, improve customer service for Account reduce the time of ticket issuance, reduce staff providing ticket booking. Technical equipment of the first reservation centers engaged IBM company, which still supplies equipment for redundancy.

Somewhat later began installing terminals reservations in major tourist agencies. C advent of such systems travel agents were able to reserve tickets in real time in seconds. The introduction of reservation systems will significantly reduce the time of customer service and provide redundancy in the mode of on-line, reducing cebestoimost offered services, in particular by reducing the number of employees engaged in book, to increase the number and diversity of services. Along with this, the opportunity to implement flexible pricing strategy, optimize the loading of aircraft, flight connections different airlines to optimize the formation of the route of transportation of tourists to the price, time of flight and other tasks.

Evaluate the effectiveness of the new reservation and prospects of their use, airlines have substantially broadened the spectrum presented in reservation systems of information, the same functionality csystem ethics. Originally targeted to an individual airline, these systems have become software systems serving groups of airlines and provide a range of additional services for hotel bookings, order train tickets, car rental, etc. Now booking systems put in information not only o availability, but also general information o flights, types of aircraft involved, a detailed description of tariffs, as well as information related industries o tourism business: car rental, hotel accommodation, sale of railway tickets and others.

Development and wide distribution of computer reservation systems CRS carried out, on the one hand, by increasing the number of services provided, ac other hand, by reducing the cost of electronic booking and reservation services. Expanding the scope of activity going on in all directions provided by the tourist industry services, including accommodation, entertainment and so on. D.This led to the creation of global distribution systems — GDS. B addition to the capabilities of the electronic service bookings for transportation of passengers, these systems allow you to reserve places in hotels, rent cars, exchange currency, produce order tickets for entertainment and sports programs, and so on. D. B practice western tourist firms, these systems naturally built into the process chain formation and processing of tourist information, a mechanism through the credit card provided financial responsibility when booking tours. Through the global distribution systems can be contacted with hundreds of airlines and thousands of hotels and car rental companies, and book tickets for rail, marine and ferry services, to carry out the reservation of tickets to attend various cultural events.

To new methods of e-marketing as well include the following tools.

#### 1. Agency of mixed type.

For reasons that consumers do not purchase online are:

- preferred travel agent services;
- information on the Internet, is incomplete;
- distrust of virtual agencies;
- someone else involved in the organization of their travel on vacation;
- lack of knowledge of good tourist sites;
- the inability to use the Site;
- new to using the Internet.

For this reason, online travel agencies understand the need to add to their services «human factor». The creation of the agency «mixed type» (online companies that are supported by a network of traditional travel agencies) is a solution to this problem. While many traditional travel agencies in a hurry to get a place on the Internet, some agencies are trying to create a virtual-network sales offices and their supporting infrastructure.

Companies Hotel Reservations Network, Cheap Tickets and Lowestfare.com offer customers the opportunity to book a flight or hotel room reservation center.

## 2. Model «name your price».

Ecommerce is now using new business models that go beyond the traditional relationship «customer-seller». The latest technology allows customers to play a more active role in seeking information and making decisions. Examples of new business models are the auctions of the «name your price» and group purchases [6].

The online model «name your price» as a new method of buying products and services appeared on the Internet in 1998. It is a type of reverse auction in which the potential buyer informs the supplier about what he is looking for a product, for example, the desired direction, dates and price he is willing to pay. In response to the agent, or in this case a web-site, transmits information to the supplier, who may accept or reject the request. The system was an instant success, and in the first month on the site visited by 1.5 million visitors. Following Priceline.com other distribution companies have developed similar business model, which allows to discuss the terms of the contract with the supplier and to offer consumers a wide range of products and services at a discount. The mechanism of the transaction between the supplier and the consumer can take many forms, but in the case of Priceline.com product is considered to be sold only when the buyer announces the completion of the transaction. Lowestfare.com, Cheap Tickets and Travels cape.com are among the companies that have used the model Priceline.com to sell their travel products online.

Nowadays online Armored becoming increasingly important. There was a lot of different programs reservations that have their advantages and disadvantages. Online booking enjoyed becoming more common in airlines and hotels and in other areas related to tourism. It plays an important role in the sale of travel packages.

Speed and reliability are the main advantages of online booking systems. But its main drawback is that if there are problems in the Internet, book becomes possible.

Often links to motivations are made implicit within the messages of tourism and hospitality organisations; after all, most people can empathise with a stated 'need for a holiday'. The DMO or hotel provider needs to remind people of the ability of the destination or hotel to meet the needs for relaxation, 'unwinding', shopping, adventure, culture or pampering — whatever the values being communicated. Services providers understand that the choices facing individuals for these types of purchase decisions are often not low involvement, fast-moving consumer goods, where habit, routine and convenience, familiarity and security dominate cognitive processes. Depending on the type of service, holiday decisions are often high involvement 'shopping' decisions, where family (or peers or significant others) collaboration is often required, significant information search and evaluation of alternatives is conceived as the norm.

However, in recent years, the most successful tourism and hospitality sectors have employed product and promotional strategies which appear to have drawn on similar approaches to marketing communications as those used for fast-moving consumer goods. The 'low-cost' airlines and budget hotels sectors have been successful in employing 'unbelievable' pricing strategies, based on an aggressive cost-control operations and product development model for air travel and overnights, which have firmly established brand values, positive associations and have driven consumer demand over the last 5 years.

Although new wisdom in integrated marketing communications has challenged the ability of advertising to change buying behaviour, it is clear that in the context of Europe and the advanced economies of the world considerable shifts in behaviour have been witnessed, driven by conventional marketing mix strategies that include aggressive mass media advertising, heavy discounting, focus on good value products and online distribution. When easyjet, Ryanair and Travelodge advertise and promote heavy price discounts for seats and bed-nights, there is a ready market which waits to snap up bargain short breaks and trips, which is something that might not easily equate in terms of consumer reaction to similar communications for toothpaste or car shampoo products, for example. Conventional habits around seasonality and timing, planning and response, anticipation and experience, cognitive and behaviour processing have all been affected recently by new travel and hospitality products.

## Список литературы

- 1 Палмер Р., Коктон Дж., Купер Дж. Управление маркетингом: маркетинговый успех через хорошую практику менеджмента. — London: Routledge. — 392 p.
- 2 [ЭР]. Режим доступа: <http://www.tourismtrade.org.uk/marketingopportunities> (дата обращения: 21.05.2015).
- 3 Скотт Маккейб. Маркетинговые коммуникации в туризме и гостеприимстве. — London: Routledge. — 320 p.

- 4 Миддлтон В.Т. Маркетинг в путешествии и туризме. — London: Routledge. — 528 p.
- 5 [ЭР]. Режим доступа: <http://www.comprice.ru/articles/detail.php? ID=40666&print=true> (дата обращения: 24.05.2015).
- 6 [ЭР]. Режим доступа: <http://www.likeandpay.ru/analitika-po-pwyw/> (дата обращения: 27.05.2015).

Ж.М.Шаекина, Д.Ф.Мамраева, Л.В.Ташенова

### **Туризмде маркетингтік коммуникациялардың негізгі элементтерін қолданудың теориялық қырлары**

Мақалада мүмкін болатын тұтынушылар сатып алу туралы шешімді физикалық үлгілерді басшылыққа алып емес, ұсынылатын турөнім туралы ақпарат негізінде қабылдайтындықтан, туризм мен демалыста маркетингтік коммуникациялар үлкен рөл атқарады. Осының нәтижесінде маркетингтік коммуникациялар бүгінгі күнде туризм мен демалыстағы маркетинг-микстің негізгі элементі болып табылады және қызмет түрлерінің кең ауқымын қамтиды. Авторлардың пайымдауынша, олардың мұндай рөлі мүмкін болатын тұтынушыда өнімге деген қажетті қатынасты және қызметті ұсынушыға ұнамды тәртіпті қалыптастыруға бағытталған жылжытудың ерекше маңыздылығын анықтайды.

Ж.М.Шаекина, Д.Г.Мамраева, Л.В.Ташенова

### **Теоретические аспекты использования базовых элементов маркетинговых коммуникаций в туризме**

Маркетинговые коммуникации в туризме и отдыхе, отмечено в статье, играют немаловажную роль, так как потенциальные потребители должны принимать решение о покупках, основываясь на имеющихся у них представлениях о предлагаемом им турпродукте, а не руководствуясь физическими, осязаемыми образцами. Как результат, подчеркивают авторы, маркетинговые коммуникации на сегодняшний день являются ключевым элементом маркетинг-микса в туризме и отдыхе и охватывают широкий диапазон видов деятельности. Доказано, что такая их роль отражает особую значимость продвижения, направленного на формирование у потенциального потребителя нужного отношения к продукту и желательного для представителя услуг поведения.

#### References

- 1 Palmer R., Cockton J., Cooper G. *Managing Marketing: Marketing Success Through Good Management Practice*, London: Routledge, p. 392
- 2 [ER]. Access mode: <http://www.tourismtrade.org.uk/marketingopportunities> (date accessed: 21.05.2015).
- 3 Scott McCabe. *Marketing communications in tourism and hospitality*, London: Routledge, p. 320.
- 4 Middleton V.Ts. *Marketing in travel and tourism*, London: Routledge, p. 528.
- 5 [ER]. Access mode: <http://www.comprice.ru/articles/detail.php? ID=40666&print=true> (date accessed: 24.05.2015).
- 6 [ER]. Access mode: <http://www.likeandpay.ru/analitika-po-pwyw/> (date accessed: 27.05.2015).

Т.П.Хохлова

Краснодарский филиал ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г.В.Плеханова», Россия  
(E-mail: [htpkr@mail.ru](mailto:htpkr@mail.ru))

## Систематика мотивации и стимулирования: от личностных моделей к формированию корпоративной мотивирующей среды

В работе рассматривается проблема формирования эффективной системы мотивации и стимулирования персонала современной организации, актуализируется ее значение в сложившихся социально-экономических реалиях. Целью статьи является выявление наиболее эффективных приемов мотивации и стимулирования трудовой активности работников. Новизна предлагаемого подхода состоит в обосновании системной модели мотивации, заключающейся в комплексной реализации принципов мотивационного процесса на трех взаимосвязанных уровнях: индивидуальном, групповом и общеорганизационном, взаимодействующих с внешним окружением. Излагаются современные принципы, приемы, подходы к мотивации и стимулированию, обеспечивающие формирование корпоративной мотивирующей среды и продуктивного мотивационного климата. Обосновывается необходимость устранения (нивелирования) демотивирующих факторов, проведения мотивационного аудита, формирования лояльного пассионарного поведения сотрудников.

*Ключевые слова:* мотивация, стимулирование, модель обогащения труда, качество трудовой жизни, наделение властью, партисипативное управление, управление по целям, «витаминная» теория, компенсационный пакет, мотивирующая организационная среда, мотивационный климат, интегральная система мотивации («кафетерий», «буфет», «комплексный обед»), банк нерабочих дней (поощрение свободным временем), демотиваторы, мотивационный аудит, пассионарное поведение.

Попытки современных ученых и практиков создать эффективно «работающие» подходы к мотивации и стимулированию работников являются не всегда продуктивными в силу высокой сложности и недетерминированности мотивационных факторов и связанных с ними процессов. Исследователи данной проблемы едины во мнении, что заинтересованность персонала в достижении высоких трудовых результатов выступает источником повышения эффективности функционирования организации, обязательным условием реализации ее стратегии, залогом приращения рыночного потенциала и конкурентного статуса.

Актуализация данной проблемы обосновывается результатами исследований: мотивация увеличивает производительность труда до 1,5 раза (демотивация — снижает в несколько раз), позволяет сократить опоздания на 90 %, прогулы — на 18–50 %. Профессиональный потенциал и компетенции работника при высокой мотивации реализуются весьма полно — на 70–80 %, в то время как при низкой мотивации, в лучшем случае, — на 20–30 %. Посредством усиления мотивации сотрудников можно в 2–3 раза увеличить их трудовую отдачу.

При ограниченности большинства видов материальных, технических, сырьевых, финансовых и иных видов ресурсов эффективная мотивация позволяет обеспечить достижение высоких показателей деятельности компании за счет активизации человеческого капитала, т.е. без крупных инвестиционных вложений, что делает проблему мотивации особенно актуальной для большинства хозяйствующих субъектов в условиях кризиса.

Мотивация — это туго скрученная пружина, которая формирует активность работника с определенной силой в заданном направлении. Иначе, это глубинное внутреннее состояние, обусловленное, как правило, неудовлетворенными потребностями, побуждающими человека к активным действиям. По выражению выдающегося менеджера Л.Якокки (*Chrysler*), «когда речь идет о том, чтобы предприятие двигалось вперед, вся суть — в мотивации людей». Высказывание гуру менеджмента подтверждается его смелыми управленческими действиями: возглавив находящуюся на грани банкротства компанию, Л.Якокка приказом № 1 установил собственный годовой заработок в размере 1 долл. (до этого его доход составлял 999999 долл.) с одновременным повышением оплаты труда ключевым менеджерам, специалистам и простым рабочим. Блестящие управленческие решения, прежде всего в области мотивирования, позволили вывести компанию *Chrysler* в лидеры мирового автомобилестроения.

Сущностно и терминологически мотивацию следует отличать от стимулирования, которое создается не за счет внутреннего побуждения (например, потребность в реализации личностного потенциала), а посредством внешнего воздействия на поведение работника (премии, поощрения, блага и

др.). Кроме того, стимулирование направлено не на личность как таковую, а на внешние обстоятельства на основе стимулов, побуждающих работника к труду.

Этимологически понятие «стимул» происходит от латинского *stimulus* — заостренная палка, шест (с его помощью в Древнем Риме возница погонял лошадей, направляя движение колесницы). В современной трактовке стимул представляет собой внешнее воздействие на личность, способствующее формированию мотивов. Стимулы выполняют роль рычагов воздействия или носителей «раздражения», вызывающих действие определенных мотивов. Соответственно, стимулирование — это процесс применения системы стимулов и возникновения мотивов, побуждающих работника к достижению определенных целей.

В настоящее время вопросы мотивации и стимулирования широко освещаются на страницах различных научных и практических изданий. Однако, несмотря на достаточно большое количество теорий мотивации, значительный опыт их практического применения, специалисты продолжают поиск наиболее эффективных форм и приемов мотивации и стимулирования персонала, адаптированных к условиям постиндустриальной экономики начала XXI в. Основное внимание уделяется развитию мотивационного поведения с позиции эффективного использования человеческих ресурсов организации.

Существующие классические подходы к мотивации и стимулированию имеют определенные ограничения, сдерживающие возможности и эффективность их практического применения. Зачастую и теоретики, и практики пытаются решить вопросы мотивации персонала обобщенно, в едином формате. Предпринимаются попытки механического воспроизведения известных теорий мотивации, копирования чужого опыта, что не позволяет достичь желаемых результатов и, более того, дает эффект, прямо противоположный ожидаемому.

Большая часть классических теорий мотивации, имея безусловную значимость, не всегда успешно работает на практике. Многие из них, сформировавшись на Западе во второй половине XX в., не учитывают вызовов современной социально-экономической среды: возросший уровень требований работников, изменения ценностных ориентиров и приоритетов, прорыв в научно-технических достижениях и технологиях, динамизм рыночных факторов, обострение конкурентных отношений и др. Сдерживающим фактором успешного применения традиционных подходов мотивации и стимулирования в конкретных условиях является также недоучет особенностей национальной экономики, обусловленных историческими, социальными, культурными, ментальными условиями.

Односторонность мотивационных воздействий и попытки детерминировать их результат позволяют судить об ограниченности традиционных приемов. В результате неумелого применения теорий мотивации возникают различного рода сбои и мифы, затраты на систему мотивации оказываются неэффективными, а разочаровавшийся управленец зарекается раз и навсегда использовать приемы из арсенала современного менеджмента и обращается к вековым средствам типа «кнута и пряника».

Причина подобных неудач видится, прежде всего, в обобщенном, «плоском» видении путей решения проблем мотивирования работника. Мотивация и стимулирование персонала современной организации и в сущностном, и в прикладном контексте — явление многомерное, рассмотрение и практическая реализация которого должны учитывать множество взаимосвязанных аспектов. На мотивационную структуру работника существенное влияние оказывают факторы личностного, ситуационного и иного порядка: «Я-концепция», субъективные переживания, эмоции, стремления, убеждения, взгляды и ценностные ориентации индивидуумов, внешнее окружение и др.

Соответственно, понятие мотивации можно уточнить как совокупность сил, побуждающих человека осуществлять деятельность с затратой определенных усилий, на определенном уровне старания и добросовестности, с определенной степенью настойчивости, в направлении достижения определенных целей.

На наш взгляд, в современных системах управления основные проблемы мотивации состоят в следующем:

- неочевидность мотивов поведения человека;
- опосредованность мотивов в различных формах поведения;
- временная изменчивость мотивационного процесса;
- динамическое взаимодействие потребностей;
- уникальность мотивационной структуры работника;
- многовариантность удовлетворения каждой потребности;

- недостаточная обоснованность мотивационных решений;
- различия в индивидуальной, групповой и корпоративной мотивации;
- несовершенство (ограничения) теорий мотивации;
- невысокая профессиональная компетентность менеджмента и др.

Представляется, что решение выявленных проблем должно быть основано на системном подходе к мотивации и стимулированию, который заключается в комплексной реализации принципов мотивационного процесса на трех взаимосвязанных уровнях: индивидуальном, групповом и общеорганизационном, взаимодействующих с внешним окружением (рис. 1).

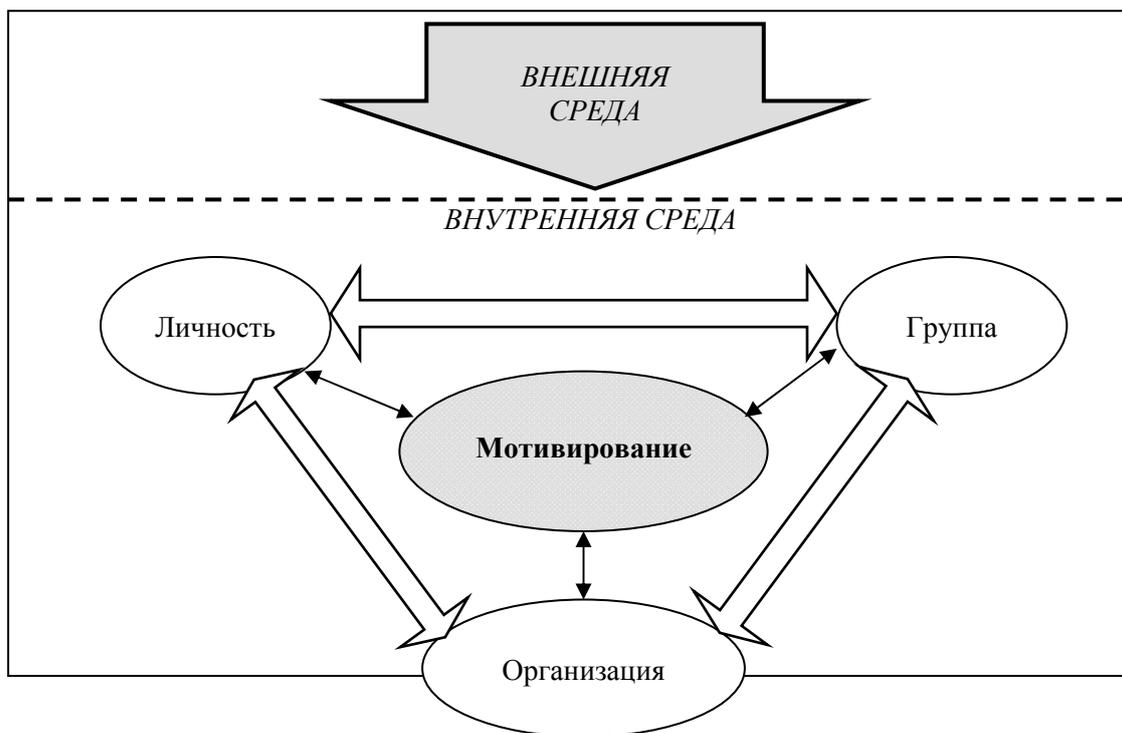


Рисунок 1. Системная композиция процесса мотивации

Во-первых, *на личностном уровне* основными принципами мотивации должны выступать объективность, обоснованность, справедливость, своевременность, дифференцированный подход и связь с потребностями работника. Важными факторами эффективной индивидуальной мотивации выступают ясность задания, его соответствие компетентности и интересам сотрудника.

Эффективная мотивация персонала на личностном уровне предполагает:

- нахождение и поддержание баланса материальных интересов работника и работодателя;
- своевременную оценку и адекватное вознаграждение успехов и неудач сотрудника;
- соответствие вознаграждения за труд ожиданиям работника;
- создание и поддержание условий для раскрытия и рационального использования потенциала сотрудника;
- формирование условий для роста и развития личности работника.

Во-вторых, *на групповом уровне* осуществляется мотивация результативной и эффективной групповой (командной) работы. Мотивация групповой работы предполагает определение круга заданий, выполнение которых наиболее эффективно при организации группового взаимодействия и создании оптимальных условий для продуктивной совместной деятельности. Принципами групповой мотивации выступают доверие, взаимопомощь, открытость, коммуникативность, солидарность. Ключевыми факторами эффективной групповой мотивации являются групповые характеристики (роли, нормы, взаимосвязи), сплоченность, лидерство и стиль управления.

Эффективная мотивация на групповом уровне означает:

- создание условий для групповой работы, которые включают ясность задания и обеспеченность ресурсами, взаимодополняющие способности и сложившийся баланс ролей членов группы;
- наличие четких критериев оценки вклада каждого члена группы и несения персональной ответственности за результат;
- наличие особых стимулов, побуждающих оказывать другим членам группы помощь и поддержку;
- сплоченность и сотрудничество членов группы.

В-третьих, на *общеорганизационном уровне* мотивация персонала осуществляется с помощью экономических и корпоративных методов стимулирования, поддерживаемых всеми подсистемами управления. Принципами общеорганизационной мотивации являются ответственность, управляемость, лояльность, сотрудничество и сбалансированность интересов всех категорий персонала. Основными факторами эффективной мотивации на общеорганизационном уровне являются имидж, репутация, корпоративная культура, авторитет топ-менеджмента, партнерство, а также адекватность стратегическим целям и динамично изменяющейся среде. Результативность мотивации определяется ее социальной оценкой и ожиданиями работников.

В целом системный подход к мотивации персонала на корпоративном уровне включает:

- объединение всех категорий сотрудников на основе единства интересов, включающих гордость за свою компанию, профессию и результаты труда;
- поддержание значимости материальных и нематериальных стимулов;
- изменение форм, способов и режимов стимулирования как элемента любых организационных преобразований;
- поддержание баланса полномочий и ответственности работников при надлежащем выполнении ими должностных обязанностей.

Таким образом, управленческая компетентность и нацеленность на достижение результатов служат связующими звеньями, объединяющими все уровни мотивации в единую систему, способную обеспечить привлечение и удержание талантливых работников, продуктивное использование и наращивание их личностного и группового потенциала в интересах организации. Создание логически стройной и надежной системы мотивации и стимулирования, объединение работников и групп в единое целое выступают обязательным условием достижения организационной эффективности и реализации стратегических целей компании.

В условиях динамично развивающейся глобальной экономики необходимо внедрение принципиально новых подходов к мотивации и стимулированию персонала, адекватных сложившимся реалиям. По вопросу о степени важности и роли различных видов вознаграждения специалисты придерживаются единого мнения: самый значимый стимул — материальный (денежное вознаграждение), за ним следуют возможность повышения по службе, личностный рост и чувство завершённой работы. Как показывают результаты исследований, наиболее действенными методами стимулирования персонала в российской практике являются:

- повышение заработной платы (назвали 93 % опрошенных);
- карьерный и профессиональный рост (32 %);
- улучшение условий труда (28 %);
- мероприятия по сплочению коллектива (22 %).

По данным Международной организации труда основные *проблемы оплаты труда* состоят в следующем:

- различия в оплате не учитывают сложности и важности определенных работ;
- слабая связь между зарплатой и реальными результатами труда;
- различия в оплате не стимулируют сотрудников развиваться в профессиональном плане;
- структура оплаты не учитывает изменений в технологиях и структуре работы;
- мало гибкости в применении дополнительных выплат, что не способствует повышению производительности труда.
- чрезмерная секретность в начислении зарплат рождает недоверие у сотрудников.

Формы оплаты труда имеют свою мотивационную направленность и неоднозначно воздействуют на производственную деятельность работников. Поэтому руководитель должен учитывать грани-

цы эффективности каждой формы и использовать их в соответствии с целями и задачами конкретного периода развития организации.

Для расширения спектра воздействия на трудовую активность персонала необходимо применять социальное (социально-психологическое) стимулирование. По данным экспертов *Strategic Management Journal*, эффективные технологии нематериального стимулирования позволяют в рамках того же фонда заработной платы увеличить производительность труда до 20 % и сократить до минимума незапланированную руководством текучесть персонала.

В соответствии с поставленными задачами наиболее перспективными представляются такие современные подходы к мотивации и стимулированию, которые связаны с корпоративными преобразованиями: изменение поведения и ожиданий работников, развитие содержания работы, постановка целей деятельности. Среди них: теории «обогащения труда», «гуманизации труда», «качества трудовой жизни», «участия работников в управлении», «наделения властью», «управления по целям», «витаминальная» модель мотивации и др. Данные концепции рассматривают работника как многогранную личность, которой движут различные мотивационные стимулы, учет которых в производственной деятельности является не только важным фактором личностного роста, но и мощным рычагом повышения эффективности всей системы управления.

Модель *обогащения труда*, предложенная Дж. Хэкменом и Дж. Олдхемом, основана на предположении, что совершенствование ключевых характеристик рабочего процесса позволяет повысить мотивацию работников и степень их удовлетворенности трудом.

В трактовке данной теории высокая трудовая мотивация вызывается следующими психологическими состояниями работников:

- осознание смысла (значимости) работы;
- ответственность за результаты труда (качество и объем продукции);
- осведомленность о результатах труда.

Значительное место в современной практике мотивирования занимает концепция «качества трудовой жизни». Качество трудовой жизни — интегральная совокупность показателей, характеризующих экономические, организационные, социальные, моральные и психологические условия труда работников и их влияние на конечные результаты деятельности организации.

Теория «наделения властью», разработанная Д.Боуэном и Э.Лоулером, основана на изменении вертикальных отношений иерархии посредством передачи большей ответственности непосредственным исполнителям. Авторы предлагают модель уровней власти в виде континуума, на одном полюсе которого — всесторонний контроль менеджмента действий сотрудников, на другом — предоставление работникам широкого круга полномочий, ориентация на высокую степень их участия в трудовом процессе.

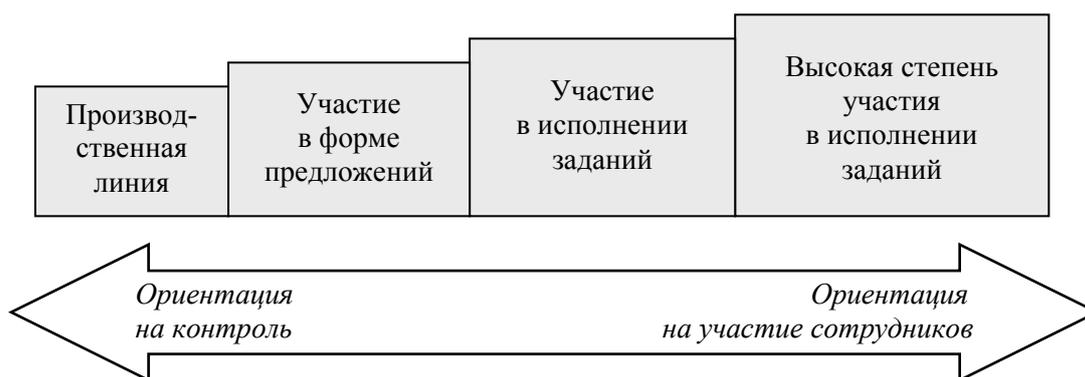


Рисунок 2. Модель уровней власти в организации

Высокая степень участия персонала в управлении организацией является основой теории *партисипативного управления*. Она базируется на предположении, что если работник заинтересованно участвует во внутрифирменной деятельности и получает от своего труда удовлетворение, то он работает более производительнее и качественно. Партисипативное управление позволяет связать мотивы, стимулы и потребности людей, работающих в группах, на основе разнообразных форм самоуправления в трудовых коллективах. Открывая работнику доступ к принятию решений по вопросам его деятель-

ности в организации, партисипативное управление, во-первых, мотивирует его к лучшему выполнению своей работы, а во-вторых, способствует большей отдаче, большему вкладу каждого работника в жизнь организации. Таким образом, благодаря партисипативному управлению полнее раскрывается потенциал человеческих ресурсов организации, что способствует повышению организационной эффективности.

Важной частью философии управления в современной компании выступает идея о том, что мотивация работников может быть усилена посредством *управления по целям*. В ее основе лежит предложенная П.Друкером концепция МВО (*Management by Objectives*). Управление по целям призвано оказывать влияние на мотивацию работников через установление тесной связи между индивидуальными целями, целями подразделений и организации в целом. Согласно данной теории люди субъективно в той или иной степени воспринимают цели организации как свои собственные и стремятся к их достижению, получая удовлетворение от выполнения требующейся для этого работы и способствуя тем самым повышению результативности труда.

Цели выступают мощными средствами мотивирования персонала при условии, что их постановка соответствует *принципу SMART*: они конкретны (*Specific*), измеримы (*Measurable*), согласованы с окружающими (*Agreed with others*), реалистичны (*Realistic*), определены во времени (*Timed/Timed-bound*). Чем больше работник привержен целям, тем упорнее он будет стремиться их достичь, несмотря на сложность, специфичность и иные препятствия.

Оригинальный подход к мотивации разработал П.Б.Уорр совместно с коллегами — «*витаминную*» модель мотивации. Он разделил мотивы на две группы, в зависимости от их воздействия на человеческое поведение, и провел аналогию с действием разных витаминов на здоровье человека. Как известно, недостаток (гиповитаминоз) и переизбыток (гипервитаминоз) витаминов одинаково нежелательны для состояния организма. Аналогично этому, по теории Уорра, индивид в процессе профессиональной деятельности для поддержания удовлетворенности работой должен получать оптимальное количество «витаминов» — факторов мотивации. П.Б.Уорр разделил эти факторы на две группы:

- СЕ-факторы — при переизбытке не наносят вреда мотивационному поведению (их действие близко к действию витаминов С и Е, которые при излишке выводятся из организма);
- АД-факторы — при передозировке вызывают негативные состояния и могут выступать в качестве демотиваторов (их действие подобно действию витаминов А и D, которые при избытке приводят к отравлениям или токсическим реакциям).

Особенности действия факторов мотивации отражены в таблице.

Т а б л и ц а

#### Действие факторов «витаминной» модели мотивации

Переменная	Эффект
<i>Высокий уровень СЕ-переменных</i>	
Деньги	Постоянный эффект при высоком уровне
Физическая безопасность	Постоянный эффект при высоком уровне
Социальная позиция, имеющая ценность для индивида	Постоянный эффект при высоком уровне
<i>Высокий уровень АД-переменных</i>	
Определяемые извне цели	Перегрузка; стресс
Разнообразие	Низкий уровень концентрации и достижений
Ясность, четкость	Низкий самоконтроль и слабые возможности для развития
Контроль	Перегрузка; стресс
Использование навыков	Перегрузка; стресс
Межличностные контакты	Недостаток личного контроля; столпотворение

Задача менеджера организации состоит в том, чтобы создать оптимальные условия для поддержания высокого уровня трудовой мотивации подчиненных. Вследствие этого «мотивационная диета» работников должна быть хорошо сбалансирована, в ней должны быть представлены разнообразные мотивирующие факторы в необходимом объеме.

Важным условием стимулирования является соблюдение критерия *оптимальности*, обуславливающего установление границы наиболее эффективного стимулирующего воздействия на работника

(по размеру, форме, виду и др.). Размер вознаграждения должен соответствовать критерию необходимого и достаточного уровня, предоставляемые вознаграждения должны стимулировать каждого работника трудиться лучше и больше, чем предусмотрено трудовыми соглашениями, достигать большей результативности, поощрять желательные для организации формы трудового поведения.

Базовую основу системы мотивирования персонала в современной компании составляет *компенсационный пакет* — набор средств компенсации затрат работников (труда, усилий, способностей, времени и др.). При формировании компенсационного пакета следует учитывать три важных условия:

- удовлетворение значимых потребностей основных категорий персонала;
- набор компенсаций, предлагаемый партнерами и конкурентами;
- возможности (ресурсы) самой компании в данный период.

Действенным средством совершенствования системы мотивации персонала является формирование *мотивирующей организационной среды*, означающей комплексный подход к созданию широкого набора мотивов и стимулов, постоянно действующих на работника в процессе его трудовой деятельности и обеспечивающих заинтересованность в достижении поставленных целей. При этом помимо материального и морального стимулирования, мотивирующее воздействие на работников оказывают условия и организация труда, взаимоотношения в коллективе и отношения с непосредственным руководителем, понимание работником своих карьерных перспектив, осведомленность о целях руководства и положении дел в компании. К основным факторам, формирующим мотивирующую организационную среду, относятся: миссия, стратегия, цели организации, методы управления, стиль руководства, доминирующий тип корпоративной культуры, деловые качества и способности персонала, личностные характеристики работников, регламентация системы мотивации и др.

Полагаем, что современная система мотивации и стимулирования труда должна учитывать достижения всех основополагающих теорий и концепций. Деятельность менеджера в области мотивирования сотрудников должна максимально способствовать формированию продуктивного *мотивационного климата* в организации, основанного на факторах активизации результативной работы персонала. К ним в первую очередь относятся:

- личностное развитие;
- разнообразие работы по содержанию;
- рост и расширение профессиональной квалификации и компетентности работников;
- удобные графики работы;
- удовлетворение от достигнутых результатов;
- возможности проявления инициативы и осуществления самоконтроля;
- повышение ответственности сотрудников;
- продвижение по службе и др.

Современные системы мотивации и стимулирования труда должны проектироваться с учетом последних исследований поведения личности, внутренней и внешней информации о факторах, формирующих трудовое поведение, опыта, накопленного самой организацией и другими компаниями в решении данной проблемы.

Весьма перспективным направлением, на наш взгляд, является создание *интегральной системы мотивации*, включающей широкий спектр средств материального и нематериального (морального, социального и психологического) воздействия, объединяющих существующие привилегии в общую систему поощрения и предоставляющих работнику возможность самостоятельного выбора наиболее предпочтительных форм стимулирования. При этом в современных организациях должны внедряться гибкие системы оплаты и стимулирования труда, основанные на индивидуальном подходе к каждому работнику. Наиболее действенными представляются программы дополнительных выплат и социальных услуг, реализуемые в различных вариантах, таких как «*кафетерий*», «*буфет*», «*комплексный обед*» и др. Они учитывают конкретные предпочтения и позволяют работнику в пределах определенной денежной суммы выбрать те выплаты и льготы, которые в наибольшей степени соответствуют его структуре потребностей.

В частности, программа «*кафетерий*» предлагает работникам организации некоторый обязательный минимальный набор выплат и услуг плюс возможность выбора дополнительных услуг или их денежного эквивалента в рамках установленного лимита. Программа «*комплексный обед*» предоставляет на выбор сотрудникам несколько пакетов выплат и услуг примерно одинаковой стоимо-

сти, но различных по составу. Программа «буфет» предполагает, что работник имеет право пересмотреть получаемый им пакет в сторону увеличения объема более значимых для него выплат и услуг за счет сокращения объема других элементов. Популярной в последнее время становится система *банка нерабочих дней, или поощрение свободным временем*, позволяющая сотруднику расходовать по своему усмотрению время, свободное от работы (отпуск, отгулы).

Достоинства обозначенных выше программ реализуются как для персонала, так и для работодателей. Важное условие повышения их эффективности — информирование персонала о предоставляемых организацией возможностях, наиболее рациональной формой которого является использование внутренней корпоративной сети Интранет.

Считаем, что современная практика совершенствования мотивации и стимулирования трудовой деятельности персонала должна быть основана на следующих *принципах*:

- индивидуализация приемов воздействия на работника в соответствии с его личностными характеристиками, особенностями и ценностными ориентациями;
- побуждение работника делать лучше и больше того, что обусловлено трудовыми отношениями;
- дифференцированный подход к стимулированию труда разных категорий персонала;
- значимость размера, формы и вида вознаграждения для конкретного работника;
- полимотивированность трудового поведения вследствие одновременного влияния на работника множества различных мотивов;
- динамический характер стимулирования вследствие изменения приоритетности потребностей работника во времени;
- ситуационный подход посредством учета специфики конкретной ситуации и условий работы организации;
- гласность и «прозрачность» системы стимулирования труда работников;
- подкрепление желательных для организации форм поведения персонала;
- наличие оценочных показателей трудовой деятельности, обеспечивающих измеримость вклада работника;
- объективность оценки и оплаты труда работника;
- оптимальность размера, формы и вида вознаграждения;
- устранение (смягчение) демотивирующих факторов;
- комплексный подход на основе использования широкого набора материальных и нематериальных средств воздействия на трудовую активность персонала.

Эффективная деятельность в области мотивирования персонала современной организации требует креативного поиска, системного, аналитического мышления, принятия и реализации нестандартных решений на постоянной основе. Необходимо учитывать особенности мотивации лиц разного пола, возраста, социального статуса, материального достатка, уровня образования, воспитания, этапа жизни, карьерного продвижения, бытовых и иных условий, семейного положения, наличия детей, физического состояния, менталитета и др. Это значительно осложняет процесс управления персоналом, но тем значительнее и весомее становятся достигнутые успехи в развитии организации.

В целом современная корпоративная система мотивации и стимулирования персонала должна быть ориентирована на соблюдение следующих *требований*:

- показатели оценки труда должны быть конкретными, четко сформулированными;
- система стимулирования должна быть ясной, гласной, объективной;
- выполнение каждого показателя должно легко учитываться и контролироваться;
- воздействие должно применяться к тем лицам, которые имеют непосредственное отношение к результатам работы;
- размер и порядок применения системы стимулирования должны быть увязаны с результатами работы организации.

Исходя из сущности мотивационного процесса менеджерам адресуются рекомендации, позволяющие повысить результативность деятельности персонала и организации в целом:

- мотивацией можно управлять, менеджеры в состоянии воздействовать на трудовую мотивацию работников;
- обязанностью каждого менеджера является постоянное отслеживание потребностей, способностей, целей и предпочтений работников;

- мотивация людей изменяется вследствие приобретенного опыта, жизненных событий, взросления, культурного развития и под воздействием прочих факторов. Необходимо относиться к работникам как к постоянно меняющемуся объекту;
- некоторые индивиды характеризуются высокой степенью саморегулирования и личной мотивации. Менеджерам следует направлять такое поведение в продуктивное русло;
- менеджеры способны повлиять на мотивацию сотрудников, выступая в качестве образца для подражания. Социальное обучение происходит на регулярной основе, и менеджеры обязаны сознавать, что их стиль, методы и поведение на работе наблюдаются и вполне могут копироваться;
- руководство организации должно иметь широкий набор средств мотивационного воздействия, которые позволяют удовлетворить сотрудникам свои потребности и цели. Необходимо также учитывать различия в предпочтениях и видах поощрения;
- менеджеры должны вырабатывать и проводить в жизнь правила, обеспечивающие позитивное и эффективное поведение сотрудников. Определение подобных правил и целей — это важный элемент программы мотивации;
- руководителям следует стремиться поручать сотрудникам такие виды работ, которые обеспечивают справедливость, разумную напряженность, разнообразие и необходимые возможности для удовлетворения индивидуальных запросов;
- когда работники убеждаются, что желательных результатов можно добиться с помощью продуктивных усилий, это означает, что максимальная часть стратегии мотивации достигла успеха.

Как показывает управленческий опыт, важное значение в практике организационного мотивирования имеет выявление и устранение *демотиваторов* — факторов, которые разрушают позитивный мотивационный настрой и являются губительными для организационной деятельности. Согласно исследованиям к числу наиболее значимых демотиваторов, которые чаще всего называют работники российских предприятий, помимо низкой заработной платы, относятся: плохие условия труда и быта, неинформированность о делах организации, нечеткость поставленных руководством целей, отсутствие признания достижений и результатов со стороны руководства, игнорирование идей и инициатив, отсутствие изменений в статусе сотрудника, низкий уровень социальной защиты и др. Поэтому актуальной задачей менеджмента современной компании является нивелирование (минимизация) демотивирующих факторов.

Компании, нацеленные на стратегическую перспективу, должны внедрять в практику постоянно действующую систему *мотивационного аудита* — комплекс мероприятий по контролю, анализу и оценке системы мотивации персонала с целью выявления проблем и определения путей их эффективного решения.

Мотивационный аудит отличается от обычной диагностики мотивации работников своей направленностью на оценку соответствия различных аспектов работы организации в области мотивации. Ключевыми положениями при проведении мотивационного аудита являются:

- соответствие системы мотивации потребностям работников;
- информированность работников о системе стимулирования;
- соотношение материального и нематериального стимулирования;
- стоимость умения управлять мотивацией.

Процедура проведения мотивационного аудита включает последовательность следующих действий:

- 1) уточнение стратегических и тактических целей организации, диагностика потребностей и мотивов различных категорий персонала;
- 2) определение эффекта от использования отрицательных и положительных стимулов, сопоставление эффекта от управления мотивацией с затратами на ее реализацию;
- 3) разработка рекомендаций или программы изменений в действующей системе стимулирования.

Внедрение мотивационного аудита в практику работы организации приводит к значимым социальным и экономическим эффектам, способствующим повышению результативности работы организации по основным оценочным параметрам.

Таким образом, мотивация является одной из ключевых функциональных сфер деятельности современного менеджера, которая позволяет эффективно управлять главным ресурсом организации —

персоналом. Мотивация создает заинтересованность работника в результатах труда и повышает индивидуальную, групповую и организационную эффективность.

Развитие мотивации и стимулирования в организации обеспечивает формирование *лояльного пассионарного поведения* сотрудников посредством удовлетворения значимых для них потребностей, когда заинтересованность в результатах труда позволяет превратить работу из «слепого» занятия по производству продукции в занятие по реализации своих потребностей в рамках и в интересах организации. Таким образом, высокое качество управления мотивацией персонала способно вывести современную компанию на принципиально новый уровень индивидуально-личностной, групповой и организационной эффективности.

### Список литературы

- 1 Долженко Р.А. Стимулирование труда руководителя как фактор повышения эффективности работы подразделения // Менеджмент в России и за рубежом. — 2014. — № 2. — С. 79–84.
- 2 Кибанов А.Я. Управление человеческими ресурсами — новая парадигма или новая стадия эволюции науки об управлении персоналом // Кадровик. Кадровый менеджмент. — 2013. — № 9. — С. 62–69.
- 3 Линдигрин В.П. Стимулирование труда в России и за рубежом // Управление персоналом. — 2011. — № 9. — С. 25–33.
- 4 Магура М.И., Курбатова М.Б. Секреты мотивации или мотивация без секретов. — М.: Изд-во журн. «Управление персоналом», 2007. — 655 с.
- 5 Менеджмент. Управление человеческим потенциалом в социально-экономических системах: Монография / С.Д.Резник. — М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014.

Т.П.Хохлова

## Талаптандыру мен ынталандыруды жүйелеу: жеке тұлғалық үлгіден корпоративтік талаптандыру орта қалыптастыруға дейін

Мақалада заманауи ұйымның персоналын талаптандыру мен ынталандырудың тиімді жүйесін қалыптастыру мәселелері қарастырылған, қалыптасқан әлеуметтік-экономикалық нақты жағдайдағы оның маңызының өзектілігі дәріптелген. Мақаланың мақсаты еңбеккерлердің еңбек белсенділігін талаптандыру мен ынталандырудың барынша тиімді әдістерін айқындау болып табылады. Ұсынылған ұстанымның жаңалығы сыртқы ортамен әсерлесетін өзара үш деңгейде — жеке, топтық және жалпы ұйымдық деңгейде өзара байланысқан талаптандыру үдерісінің уәзипаттарын кешенді жүзеге асыру болып табылатын талаптандырудың жүйелі үлгісін негіздеу. Корпоративтік ынталандырушы ортаны, сондай-ақ өтімді және тиімді талаптандырушы ахуал қалыптастыруды қамтамасыз ететін талаптандыру мен ынталандырудың заманауи ұстанымдары, қағидалары, әдістері пайымдалған. Талаптандыруға кедергі жасайтын факторларға жол бермеу талаптандыру аудитін жүргізу, әріптестердің жағымды мінез-құлқын қалыптастыру қажеттілігі негізделген.

T.P.Khokhlova

## Systematization of motivation and stimulation: from personal models to formation of the corporate motivating environment

In the article the problem of formation of effective system of motivation and stimulation of the personnel of the modern organization is considered, its value in the developed social and economic realities is stated. The purpose of the article is identification of the most effective receptions of motivation and stimulation of labor activity of workers. Novelty of the offered approach consists in justification of system model of the motivation consisting in complex realization of the principles of motivational process at three interconnected levels: personal, group and all-organizational, interacting with an external environment. The modern principles, receptions, approaches to motivation and stimulation providing formation of the corporate motivating environment and productive motivational climate are stated. Need of elimination (leveling) of the demotivating factors, carrying out motivational audit, formation of loyal passionate behavior of employees locates.

### References

- 1 Dolzhenko R.A. *Management in Russia and abroad*, 2014, 2, p. 79–84.
- 2 Kibanov A.Ya. *Kadrovik. Personnel management*, 2013, 9, p. 62–69.
- 3 Lindigrin V.P. *Upravlenie personalom*, 2011, 9, p. 25–33.
- 4 Magura M.I., Kurbatova M.B. *Secrets of motivation or motivation without secrets*, Moscow: Publ. house of the magazine «Upravleniye personalom», 2007, p. 655.
- 5 *Management. Management of human potential in social and economic systems*, monograph, Moscow: INFRA-M, 2014.

Е.Б.Романько

Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букетова  
(E-mail: romanko.55@mail.ru)

## Необходимость взаимосвязанного изучения и практического использования маркетинга и логистики

Отмечается, что возникновение и развитие логистики шло параллельно и способствовало становлению и развитию маркетинга. Подчеркивается, что существует пять основных подходов к формированию концепции управления маркетингом. Рассматриваются три фактора, лежащие в основе концепции социально-этического маркетинга. Описываются основные функции и подфункции современного маркетинга. Анализируются главные причины, обуславливающие возрастание интереса к логистике. Раскрываются важные этапы становления логистики как научно-практического направления экономической науки, особое внимание уделяется факторам развития логистики.

*Ключевые слова:* маркетинг, логистика, концепции, этапы, эволюция, подходы, факторы, функция, причины, разделы, структура.

### Этапы становления и развития концепций маркетинга и логистики

За рубежом уже общепризнанной является идея о целесообразности взаимосвязанного изучения и практического использования маркетинга и логистики. Отечественным участникам рыночной деятельности этот факт еще предстоит осмыслить.

В настоящее время происходит процесс оформления маркетинга в самостоятельную отрасль, создания специализированных маркетинговых фирм, подготовки необходимых кадров. Очевидно, со временем этот процесс охватит и логистику. И тем актуальнее будет ставиться задача изучения и практического применения логистики в органической связи с маркетингом. Опыт развитых стран показывает, что логистика в качестве инструмента маркетинга по оптимизации потоковых (ресурсных и товарных) процессов фирм — участников рыночной деятельности сама по себе содержит большой потенциал внутреннего развития (обновления). А это влечет за собой и организационное обновление (менеджмент) всего производственного аппарата каждого участника производственно-хозяйственной деятельности во всех отраслях экономики.

Анализ показывает, что в последние годы возникновение и развитие логистики шло параллельно и во многом способствовало становлению и развитию маркетинга, среди этапов которого специалисты выделяют этап распределительного (логистического) маркетинга (рис. 1).

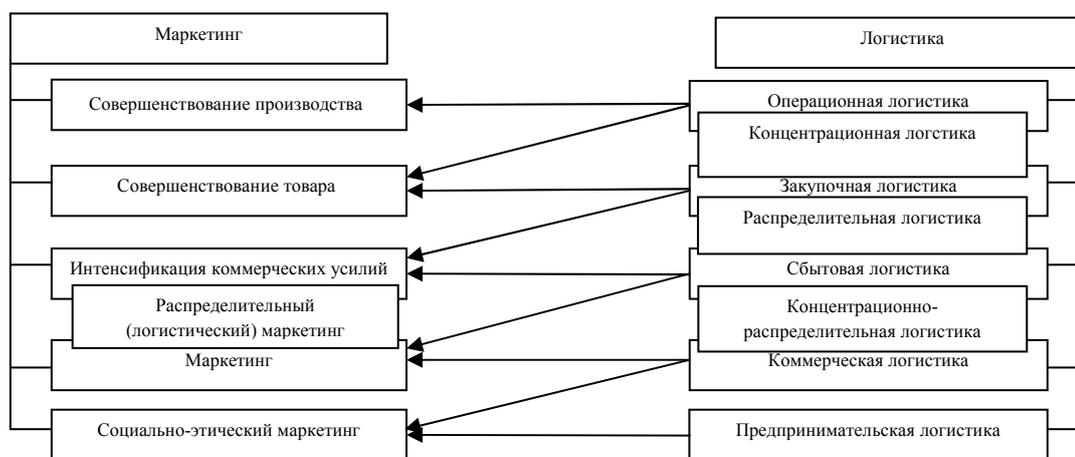


Рисунок 1. Этапы становления и развития концепций маркетинга и логистики (данные работы [1; 11])

По мнению специалистов, это обусловлено тем, что на начальной стадии маркетинга его можно рассматривать как торговую деятельность в широком смысле слова, деятельность по сбыту продукции, организацию ее транспортировки, рекламную деятельность (т.е. логистику на ранней фазе ее развития). Сегодня можно утверждать, что логистика представляет собой более широкую категорию, чем маркетинг, многие из функций которого перешли к логистике. Одним из подтверждений данного вывода может служить создание на ряде ведущих западных фирм логистических служб, поглотивших ранее функционировавшие подразделения маркетинга.

*Эволюция концепции маркетинга*

Существует пять основных подходов (на примере США и других развитых стран мирового сообщества) к формированию концепции управления маркетингом (рис. 2).

Нетрудно заметить, что эти подходы олицетворяют различные периоды в социальной, экономической, политической и т.д. жизни мирового сообщества за последние 50–60 лет. Общая тенденция состоит в переносе акцента с производства товара на коммерческие усилия, затем на потребителя и все в большей ориентации на проблемы потребителя и социальной ответственности маркетинговой деятельности перед обществом (этичности, морали, нравственности, культуры, общечеловеческих ценностей) [2; 23].

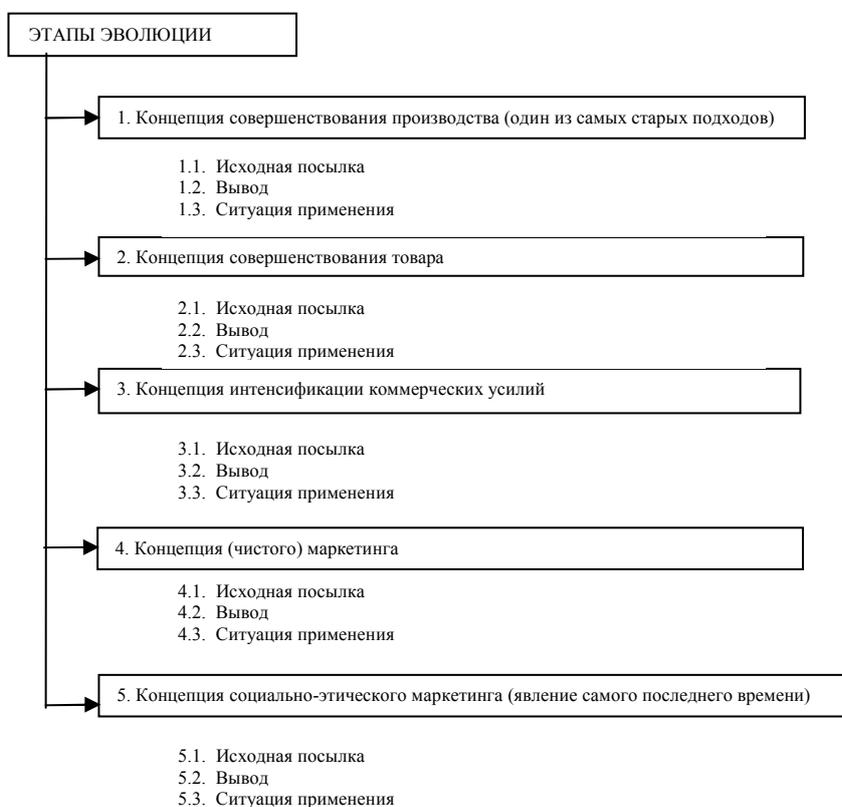


Рисунок 2. Эволюция концепций маркетинга (данные работы [2; 26])

Первый подход, один из самых старых, которым руководствовались продавцы, — это концепция совершенствования производства. Согласно ей потребители будут благожелательны к товарам, которые широко распространены и доступны по цене. Отсюда — нужно совершенствовать производство и повышать эффективность распределения.

Концепция совершенствования товара, как вторая концепция управления маркетингом, нередко приводит к «маркетинговой близорукости».

Третий подход — это концепция интенсификации коммерческих усилий в сферах сбыта и стимулирования. Он используется в ситуациях, когда потребители не будут покупать товары производителя в достаточных (по мнению производителя) количествах. Особенно это относится к товарам пас-

сивного спроса, т.е. к тем, о которых потребитель обычно не думает. Данная проблема решается продавцами приемами «жестких продаж», т.е. психологической обработкой клиентов, не исключая и мелкого обмана (цель — «завести» клиента, заставив его совершить покупку на месте). Главное в этой концепции — запродать товар, а не терзаться по поводу будущей удовлетворенности покупателя, клиента своим приобретением, выбором.

Четвертый подход — это сравнительно новая концепция маркетинга (речь идет о «раннем» маркетинге). Ее суть — определить нужды и потребности целевых рынков (аудиторий) и удовлетворить их более эффективными, чем у конкурентов, способами.

Пятый подход — концепция социально-этического маркетинга. Она предполагает ориентацию на удовлетворение потребительских нужд наиболее эффективными и более продуктивными, чем у конкурентов, способами с одновременным учетом интересов отдельных потребителей и общественных интересов. Здесь, по сути дела, происходит балансировка 3-х факторов [3; 36, 37]: прибылей фирмы, покупательских потребностей и интересов общества.

Рассматриваемую структуру схематически Ф.Котлер представляет в виде треугольника (рис. 3):

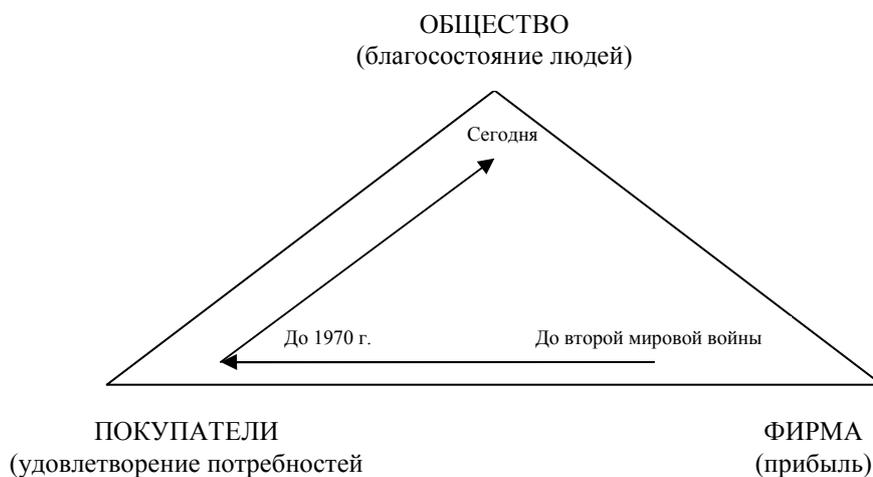


Рисунок 3. Три фактора, лежащие в основе концепции социально-этического маркетинга (данные работы [4; 61])

Вообще, любая схема позволяет более четко и точно представить характеризующую зависимость. Это относится и к данной схеме. Представляется, что в ней довольно четко показана динамика маркетинга — от интересов фирмы к покупательским предпочтениям, росту благосостояния людей.

#### *Основные функции и подфункции современного маркетинга*

Основываясь на принципиальной методологии маркетинга как рыночной концепции управления и сбыта, можно найти универсальный подход к определению и описанию маркетинговых функций, к приведению их в логически непротиворечивую систему. Этот подход состоит в выделении четырех блоков комплексных функций и ряда подфункций в каждом из них.

Структурно они выглядят следующим образом [5; 38]:

аналитическая функция:

- 1) изучение рынка как такового;
- 2) изучение потребителей;
- 3) изучение фирменной структуры;
- 4) изучение товара (товарной структуры);
- 5) анализ внутренней среды предприятия;

производственная функция:

- 1) организация производства новых товаров, разработка новых технологий;
- 2) организация материально-технического снабжения;
- 3) управление качеством и конкурентоспособностью готовой продукции;

сбытовая функция (функция продаж):

- 1) организация системы товародвижения;
- 2) организация сервиса;
- 3) организация системы формирования спроса и стимулирования сбыта;
- 4) проведение целенаправленной товарной политики;
- 5) проведение целенаправленной ценовой политики;

функция управления и контроля:

- 1) организация стратегического и оперативного планирования на предприятии;
- 2) информационное обеспечение управления маркетингом;
- 3) коммуникативная подфункция маркетинга (организация системы коммуникаций на предприятии);
- 4) организация контроля маркетинга (обратные связи, ситуационный анализ).

*Основные причины, обуславливающие возрастание  
интереса к логистике*

Логистика сегодня стала жизненно важным компонентом экономики. Деятельность в области логистики многогранна. Она включает управление транспортом, складским хозяйством, запасами, кадрами, организацию информационных систем, коммерческую деятельность и многое другое. Однако логистическая оптимизация движения материальных и связанных с ними финансовых и информационных потоков наиболее очевидна в рамках производственных предприятий с полным производственно-коммерческим циклом. В торговых организациях также происходит движение материальных потоков, создаются запасы и осуществляются складирование и транспортировка. Вместе с тем производственная стадия цикла при этом отсутствует. В некоторых сферах экономики (банковская, страховая деятельность, связь, медицина и т.п.) применение принципов логистики ограничено из-за специфики их деятельности.

Принципиальная новизна логистического подхода — органичная взаимная связь, интеграция транспортных, производственных и складских звеньев в единую систему движения материальных потоков (материалопроводящая система).

Цель логистического подхода заключается в сквозном и комплексном управлении материальными потоками. Главной общей задачей логистики считается создание интегрированной эффективной системы регулирования и контроля материальных и информационных потоков, обеспечивающей высокое качество поставки готовой продукции потребителям, достижение с наименьшими затратами максимальной приспособленности предприятий и организаций к изменяющейся рыночной обстановке, повышение на рынке своей доли, получение преимуществ перед конкурентами. Примером частных задач логистики может служить оптимизация производственных и складских запасов, сокращение времени хранения и транспортировки грузов, определение потребности в сырье и материалах, выбор формы снабжения предприятия и т.д. [6; 13].

Проведенные в Великобритании исследования показали, что в стоимости продукта, попавшего к конечному потребителю, около 60–70 % составляют расходы на логистику (рис. 4), т.е. на транспортировку, хранение, упаковку и т.д. Постепенно пришло понимание того, что в этой области имеется существенный нереализованный потенциал снижения издержек и улучшения качества поставок, а значит, и повышения конкурентоспособности как продукции, так и предприятия.

Главные причины, обуславливающие резкое возрастание интереса к логистике, заключаются в следующем:

- обеспечение конкурентных преимуществ за счет снижения себестоимости готовой продукции и улучшения качества поставок;
- мировой энергетический кризис;
- научно-технический прогресс, и в первую очередь компьютеризация управления, позволившая создавать модели логистических систем и процессов;
- превращение рынка продавца в рынок покупателя.

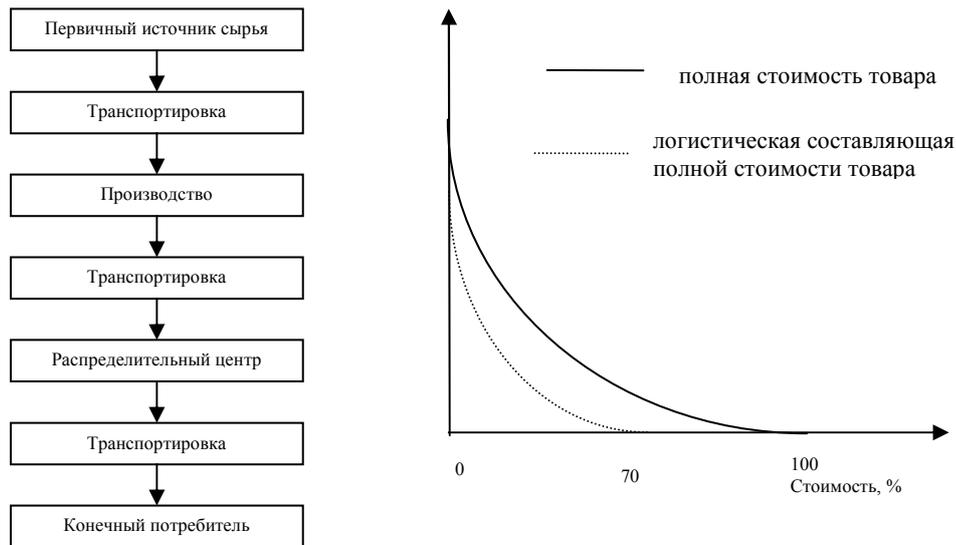


Рисунок 4. Структура стоимости готовой продукции на пути от источников ресурсов до конечного потребителя (данные работы [6; 15])

*Структура логистики*

По мнению специалистов [1; 40], логистику можно классифицировать по признаку изменения количественных параметров потока ресурсов:

- объединение (концентрационная логистика);
- стабильность (логистика движения ресурсов);
- дробление (распределительная логистика).

Такая классификация логистики позволяет выделить следующие ее основные разделы (рис. 5).

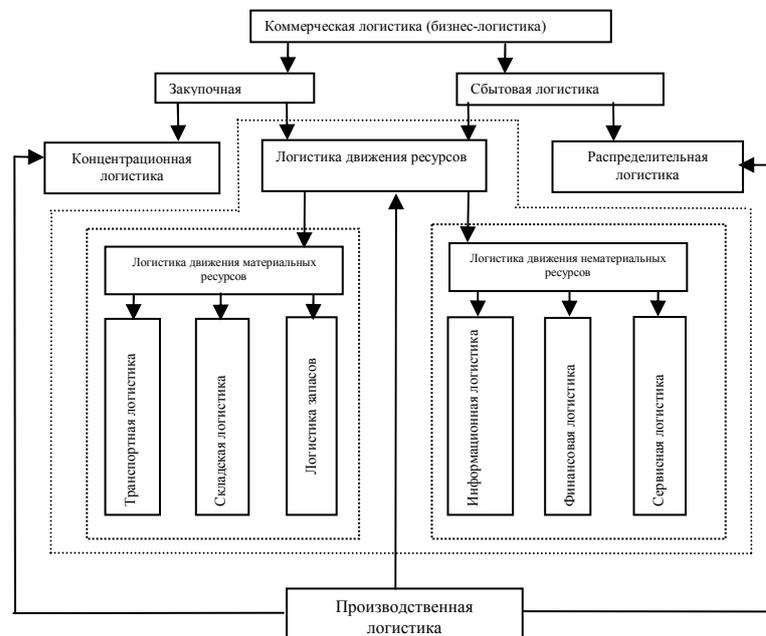


Рисунок 5. Основные разделы (составляющие) логистики и основные этапы ее становления (данные работы [1; 40])

Данные рисунка 5 позволяют выделить следующие основные этапы становления логистики как научно-практического направления экономической науки:

- на первом этапе логистика используется в форме логистики движения материальных ресурсов;
- на втором этапе формируется логистика движения ресурсов за счет дополнительного учета положений логистики движения нематериальных ресурсов;
- на третьем этапе на базе логистики движения ресурсов формируется производственная логистика;
- и наконец, на четвертом этапе путем последовательного формирования сбытовой и закупочной логистики (коммерческой логистики) окончательно оформляется логистика как научно-практическое направление экономической науки.

#### *Факторы развития логистики*

В западных странах около 93 % времени движения товара от первичного источника сырья до конечного потребителя приходится на его прохождение по различным каналам материально-технического обеспечения и главным образом на хранение. Собственно производство товаров занимает лишь 2 % суммарного времени, а транспортировка — 5 %. Доля продукции товародвижения в этих странах составляет более 20 % валового национального продукта. При этом в структуре таких расходов на издержки по содержанию запасов сырья, полуфабрикатов и готовой продукции приходится порядка 44 %, на складирование и экспедирование — 16 %, магистральные и технологические перевозки грузов — соответственно 23 и 9 %. Оставшиеся 8 % падают на расходы по обеспечению сбыта готовой продукции. Операции по перемещению товаров в рамках мирового рынка являются более дорогими и сложными, чем на менее широких национальных рынках. Затраты на них составляют порядка 25–35 % стоимости продаж экспортно-импортной продукции по сравнению с 8–10 % стоимости товаров, предназначенных для отгрузки на внутреннем рынке [7; 39].

В работе [8; 23] отмечается, что развитие логистики, помимо стремления фирм к сокращению временных и денежных затрат, связанных с товародвижением, определили следующие два фактора:

- а) усложнение системы рыночных отношений и повышение требований к качественным характеристикам процесса распределения;
- б) создание гибких производственных систем.

Значительное воздействие на развитие логистики оказал переход от рынка продавцов к рынку покупателей, сопровождавшийся существенными изменениями в стратегии производства и системах товародвижения. Если в допереходный период решение о выпуске продукции предшествовало разработке сбытовой политики (стратегии), что фактически предполагало «подстраивание» организации сбыта под производство, то в условиях перенасыщения рынка императивом стало требование о формировании производственных программ, в зависимости от объема и структуры рыночного спроса. Приспособление к интересам клиентуры в условиях острой конкуренции, в свою очередь, потребовало от фирм — изготовителей продукции адекватной реакции на эти условия, и результатом стало повышение качества обслуживания, прежде всего сокращение времени выполнения заказов и безусловное соблюдение согласованного графика поставок. Тем самым фактор времени, наряду с ценой и качеством продукции, стал определять успех функционирования предприятия на современном рынке.

Кроме изложенных выше факторов, непосредственно определивших развитие логистики, необходимо отметить и факторы, способствовавшие созданию возможностей для этого. К ним, вероятно, следует прежде всего отнести [8; 25]:

- использование теории систем и компромиссов для решения экономических задач;
- ускорение научно-технического прогресса в коммуникациях, внедрение в хозяйственную практику фирм ЭВМ последних поколений, используемых в сфере товародвижения;
- унификацию правил и норм по поставке товаров во внешнеэкономической деятельности, устранение различного рода импортных и экспортных ограничений, стандартизацию технических параметров путей сообщения, подвижного состава и погрузочно-разгрузочных средств в странах, участвующих в интенсивных мирохозяйственных связях.

#### Список литературы

- 1 Аникин Б.А., Тяпухин А.П. Коммерческая логистика: Учебник. — М.: ТК «Велби», Изд-во «Проспект», 2005. — 432 с.
- 2 Голиков Е.А. Маркетинг и логистика: Учеб. пособие. — М.: Изд. дом «Дашков и К<sup>0</sup>», 2000. — 412 с.
- 3 Океанова З.К. Социально-этический маркетинг. — М.: Вердикт — 1М, 1997. — 384 с.

- 4 Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. — М.: Прогресс, 1992. — 672 с.
- 5 Романов А.Н., Корлюгов Ю.Ю., Красильников С.А. и др. Маркетинг: Учебник. — М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1996. — 560 с.
- 6 Кузьбожев Э.Н., Тиньков С.А. Логистика: Учеб. пособие. — М.: КНОРУС, 2004. — 224 с.
- 7 Kearney A.T. Logistics Productivity: the Competitive Edge in Europe. — Chicago, 1994, p. 39.
- 8 Логистика: Учебник / Под ред. Б.А.Аникина. — М.: ИНФРА-М, 2005. — 368 с.

Е.Б.Романько

### **Маркетинг пен логистиканы зерттеу мен іс-тәжірибеде қолданудың өзара байланысы болуының қажеттілігі**

Логистиканың пайда болуы мен дамуы параллельді жүріп, маркетингтің қалыптасуы мен дамуына жағдай жасады. Маркетингті басқару тұжырымдамасын қалыптастыруға бес тұрғыдан қарауға болатындығы пайымдалған. Әлеуметтік-этикалық маркетинг тұжырымдамасының негізінде үш фактор жататындығы қарастырылған. Заманауи маркетингтің негізгі және кіші функциялары суреттелген. Логистикаға қызығушылық туғызатын негізгі себептер талданған. Экономикалық ғылымның ғылыми-тәжірибелік бағыты ретіндегі логистиканың негізгі қалыптасу кезеңдері ашылып көрсетілген.

E.B.Romanko

### **Need of the interconnected studying and practical uses of marketing and logistics**

It is noted that emergence and development of logistics went in parallel and promoted formation and development of marketing. It is emphasized that there are five main approaches to formation of the concept of management of marketing. Three factors which are the cornerstone of the concept of social and ethical marketing are considered. The main functions and subfunctions of modern marketing are described. The main reasons causing increase of interest in logistics are analyzed. The main stages of formation of logistics as scientific and practical direction of economic science reveal. The special attention to factors of development of logistics is paid.

#### References

- 1 Anikin B.A., Tyapukhin A.P. *The commercial logistics: textbook*, Moscow: Shopping Mall «Velbi», Publishing house Prospectus, 2005, 432 p.
- 2 Golikov E.A. *Marketing and logistics: manual*, Moscow: «Dashkov and K<sup>o</sup>» publishing House, 2000, 412 p.
- 3 Okeanova Z.K. *Social and ethical marketing*, Moscow: A verdict — 1M, 1997, 384 p.
- 4 Kotler F. *Marketing bases*, the lane with English, Moscow: Progress, 1992, 672 p.
- 5 Romanov A.N., Korlyugov Yu.Yu., Krasilnikov S.A. et al. *Marketing: textbook*, Moscow: Banks and exchanges, UNITY, 1996, 560 p.
- 6 Kuzbozhev E.N., Tinkov of S.A. *Logistik: manual*, Moscow: KNORUS, 2004, 224 p.
- 7 Kearney A.T. *Logistics Productivity: The competitive Edge in Europe*, Chicago, 1994, p. 39.
- 8 *Logistics: textbook* / Under B.A.Anikin's edition, Moscow: INFRA-M, 2005, 368 p.

Н.Т.Батырова

*Международный казахско-турецкий университет им. Х.А.Ясави  
(E-mail: Nazturkestan75@mail.ru)*

## **Пути развития современного маркетинга в сельском хозяйстве**

В статье рассматриваются пути решения проблем технического оснащения товаропроизводителей в сельском хозяйстве. Отмечено, что в настоящее время кризис в аграрном секторе особенно сказывается на механизации процессов производства. В условиях, когда государство не в состоянии оказать действенную финансовую поддержку всему сельскому хозяйству, одной из важнейших задач стабилизации, а затем и роста технического обеспечения агропромышленного комплекса, подчеркивает автор, является развитие маркетинговых услуг. Например, производственно-техническое обслуживание поможет при выращивании и переработке сельскохозяйственных культур. В ходе исследования автором предложены эффективные пути развития маркетинга в сельском хозяйстве на современном этапе, касающиеся производственного обслуживания сельхозтоваропроизводителей (в виде системы показателей оценки эффективности производственно-технического обслуживания).

*Ключевые слова:* сельское хозяйство, маркетинг, техника, производство, услуги, развитие, совершенствование, эффективность, товаропроизводители, производственно-техническое обслуживание, агросервисные организации.

Современный маркетинг в сельском хозяйстве определяется, прежде всего, такими факторами, как платежеспособный спрос сельскохозяйственных товаропроизводителей, научно-технический прогресс в сфере производства, освоение и разработка промышленностью более производительных и экологических видов техники и оборудования, а также других эффективных видов ресурсов. Из-за общеэкономического кризиса эти факторы не способствуют созданию организованного и полноценного рынка основных средств производства и маркетинговых услуг. По мнению Б.Н.Нурманова, «сложившееся реальное состояние машинно-тракторного парка, при котором 80 % сельскохозяйственных машин эксплуатируется свыше 11 лет, выдвигает на первый план проблему обеспечения и эффективного использования материально-технических ресурсов, совершенствования экономических взаимоотношений между товаропроизводителями и агросервисными организациями, удешевления оказываемых ими услуг» [1].

В настоящее время одним из слабо развитых направлений маркетинга является маркетинг техники и услуг. Особенно это касается агромаркетинга в сфере обеспечения техническими ресурсами предприятий агросервиса, проблемные вопросы которого еще крайне недостаточно изучены и обобщены специалистами-маркетологами.

Современная организационно-управленческая структура системы маркетинга агросервиса складывается из многих видов и форм производственно-технологической деятельности. Она включает в себя: техническое снабжение, транспортно-экспедиционное обслуживание, агрохим- и зооветсервис на селе, оказание различных видов маркетинговых услуг подвижными механизированными отрядами при проведении полевых работ, обеспечение техническими ресурсами, производственно-технологическое обслуживание предприятий сельской индустрии по переработке продукции, ремонт и техобслуживание сельскохозяйственной техники и оборудования сельхозтоваропроизводителей и т.п.

Сервисные и другие сельскохозяйственные предприятия агросервиса крайне нуждаются в компетентном и оперативном управлении на основе агромаркетинга. Следует подчеркнуть, что в аграрном маркетинге проявление его общих черт происходит через особенное, специфическое в отрасли, связанное с природной средой, внешними воздействиями на процесс производства и его сезонностью, сложившимся характером и структурой агросервиса хозяйств в зависимости от земельных и аграрных отношений, местоположением земельных участков [2]. Например, в аграрном секторе экономики объективно отсутствует та относительно быстрая сменяемость производственно-хозяйственной деятельности, которая имеет место на промышленных и других предприятиях. Такое положение объясняется тем, что аграрный сектор в совокупности с развивающейся сельской индустрией является наиболее важной отраслью жизнеобеспечения, т. е. призван на постоянной основе про-

изводить продовольствие и другие виды продукции первой необходимости. К тому же требования рынка постоянны на определенные виды и ассортимент сельскохозяйственной продукции.

В настоящее время на поддержку отечественного сельхозмашиностроения направлен ряд таможенно-тарифных и налоговых льгот, в частности: освобождение от обложения таможенными пошлинами при импорте оборудования и комплектующих к нему, ввозимых для реализации инвестиционного проекта, в случаях отсутствия или недостаточного производства в Казахстане; механизм уплаты НДС методом зачета при импорте оборудования и запасных частей, направленный на стимулирование ввоза отдельных товаров, не производимых в республике либо производимых в недостаточном количестве, для удовлетворения спроса потребителей; инвестиционные налоговые преференции; налоговые льготы при реализации товаров с высокой добавленной стоимостью собственного производства, а также при реализации сертифицированных товаров собственного производства; налоговые льготы оборота по реализации товаров на экспорт [3].

В рамках реализации программ двухстороннего сотрудничества налаживается совместное производство недостающей техники с предприятиями стран СНГ, а также завозится большое количество тракторов и комбайнов из России, Украины, Белоруссии и стран дальнего зарубежья (табл.).

Т а б л и ц а 1

## Сотрудничество с машиностроительными предприятиями стран СНГ

Наименование предприятий		Производимая техника
Казахстан	Россия	
АО «Уральскагрореммаш», г.Уральск	Филиал ООО «Комбайновый завод Ростсельмаш», г.Ростов-на-Дону	Комбайны «Нива-Эффект»
Костанайский завод дизельных двигателей	Костанайский филиал ОАО «АгротехХолдинг»	Производство двигателей к комбайнам «Енисей», «Нива», тракторам Т-4, ДТ-75
Казахстан	Украина	
АО «Уральскагрореммаш», г.Уральск	ГП ПО «Южный машиностроительный завод им. А.М.Макарова», г.Днепропетровск	Трактора класса 1,4 т.с. марки ЮМЗ-8040.2
АО «Уральскагрореммаш», г.Уральск	ОАО «Львовагромашпроект»	Протравители семян ПК-20, опрыскиватели ОП-2000

*Примечание.* Использованы материалы Концепции устойчивого развития агропромышленного комплекса Республики Казахстан на 2006–2010 годы. Астана, 2005.

По данным Агентства РК по статистике, за 2011 г. было изготовлено около 16 тракторов и 246 сельскохозяйственных машин, что составляет 0,03 % и 4,0 % соответственно к 1990 г. Тенденция снижения производства основных видов сельхозтехники в РК продолжается.

Техническая деградация и отсталость отечественных производителей являются главными факторами, сдерживающими развитие аграрного сектора и повышение конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции на мировом рынке. Моральный и физический износ техники крайне затрудняет проведение всех видов сельскохозяйственных работ в установленные сроки. Высокая изношенность техники требует больших расходов на капитальный и текущий ремонты. Все эти факторы в итоге повышают общую стоимость конечной сельскохозяйственной продукции и снижают ее конкурентоспособность на внешних и внутренних рынках. Недостаток техники сегодня является тем критическим фактором, который часто сводит на нет эффективность проведения других мероприятий [4].

Поскольку пополнение технических ресурсов происходит в значительно меньших объемах, чем его списание, особую актуальность приобретают вопросы рационального использования сельхозтехники, сконцентрированной в агросервисных структурах с развитой инженерно-сервисной инфраструктурой и обеспеченной высококвалифицированными кадрами. Такие задачи могут решаться за счет производственно-технического обслуживания сельхозтоваропроизводителей.

Производственно-техническое обслуживание в аграрном секторе дает возможность наиболее полно удовлетворить потребности сельхозтоваропроизводителей в оказании широкого спектра различных агросервисных инфраструктурных услуг в производстве, переработке, хранении и

реализации сельхозпродукции рационально использовать крайне ограниченные финансовые ресурсы, эффективно эксплуатировать дорогостоящую высокопроизводительную технику, применяя малозатратные технологии, обеспечивать более высокий уровень готовности средств механизации к сезонным полевым работам и качества произведенной продукции, ввиду большой концентрации техники реально внедрять фирменный агросервис через оказываемые услуги, что, в конечном итоге, способствует значительному повышению сельхозпроизводства.

В настоящее время кризис в аграрном секторе особенно сказывается на механизации процессов производства. В условиях, когда государство не в состоянии оказать действенную финансовую поддержку всему сельскому хозяйству, одной из важнейших задач стабилизации, а затем и роста технического обеспечения АПК является развитие производственно-технического обслуживания, способного интенсивно помочь производителям сельхозпродукции, стать надежным партнером сельчан при выращивании и переработке сельскохозяйственных культур.

Изучая отечественные и зарубежные научные разработки агросервиса в современный период развития сельхозпроизводства, мы можем предположить, что производственно-техническое обслуживание в аграрном секторе осуществляется агросервисными структурами и представляет собой приоритетное оказание широкого спектра производственно-технических и других услуг сельхозтоваропроизводителям на договорных основах. Структура агросервиса включает функциональный, обслуживающий и обеспечивающий блоки — от начальной до конечной операции производственного цикла. Блоки, в свою очередь, выполняют механизированные, снабженческие, информационно-маркетинговые, организационно-правовые, кадровые, коммуникационные, инфраструктурные и другие функции производства, переработки, хранения и сбыта сельхозпродукции.

Конкретная роль производственно-технического обслуживания в аграрном секторе проявляется: в ускорении развития производительных сил; повышении уровня эффективности обслуживания и развития экономических отношений в АПК; углублении и расширении масштабов научно-технического прогресса в сельскохозяйственном производстве; обеспечении непрерывности эффективного производства сельхозпродукции и рационального использования имеющихся технических ресурсов; усилении процессов специализации, концентрации и интеграции производства; ускорении экономического оборота; снижении себестоимости продукции сельхозтоваропроизводителей, использующих производственно-техническое обслуживание агросервисных структур.

Одним из направлений совершенствования развития маркетинга производственно-технических услуг в аграрном секторе является широкое применение льготных основ агролизинга, что позволяет освоить и распространить новые интенсивные виды технологий и повысить эффективность сельхозпроизводства. При этом система агролизинга требует совершенствования механизма государственного регулирования.

Важно подчеркнуть, что в Казахстане агросервисные структуры находятся в сложных условиях, не дающих возможность в должной мере реализовывать прогрессивные подходы в их производственно-технической деятельности, позволяющей повысить энергообеспеченность сельхозтоваропроизводства. Поэтому развитие современной экономики породило необходимость поиска путей решения вновь образовавшихся проблем, требующих совершенствования развития производственно-технического обслуживания в аграрном секторе, связанных с трансформацией организационно-правовых форм агросервисных структур, с обоснованием новых экономических взаимовыгодных отношений с сельхозтоваропроизводителями, разработкой моделей их интеграции и повышения роли поддержки государственных структур в решении данной проблемы.

В этих условиях при организации маркетинговой деятельности в системе агросервиса следует учитывать существующую тесную связь между объемом предоставляемых хозяйствам производственно-технологических услуг и природно-климатическими условиями производства. Производственно-технологическое обслуживание должно располагать такими производственными мощностями, которые соответствуют возможностям получения наиболее высоких урожаев сельхозпродукции. Это позволит им оказывать агромаркетинговые услуги с высоким качеством, в строго установленные сроки, с минимальными потерями и издержками.

Агросервисные структуры производственно-технического обслуживания являются звеньями системы воспроизводства сельхозпродукции, работающими на конечный результат. Их поступательное развитие требует совершенствования не только рыночных, но и организационно-экономических, научно-методических и правовых механизмов, повышения роли государственных органов.

Реформирование аграрной сферы экономики в регионах страны началось с коренного изменения организационно-экономического механизма функционирования агропромышленного производства в целом. Представленный в работе анализ свидетельствует о том, что общий итог экономического реформирования технических средств в аграрном секторе за период с 1993 по 2007 гг. оказался отрицательным. Наличие по всем видам сельхозтехники сократилось и составило в 2007 г. 6–9 % по отношению к 1991 г. [5]. Учитывая тот факт, что за последние годы обновление отечественных технических средств аграрного сектора происходило в незначительных размерах, можно предположить, что недалек тот критический момент, когда сельские товаропроизводители не смогут выполнять свои функции.

Существующий низкий уровень технических ресурсов, являющийся главным сдерживающим фактором развития сельхозпроизводства, служит доказательством необходимости функционирования различных организационно-правовых форм эффективных структур производственно-технического обслуживания в аграрном секторе.

Наиболее экономичными путями выхода из создавшегося положения на перспективу являются:

- применение высоконадежной и высокопроизводительной техники нового поколения через сети МТС, обеспечивающей освоение новых высокорентабельных технологий производства сельскохозяйственной продукции;
- организация новых и поддержка созданных формирований и эффективных структур производственно-технического обслуживания сельскохозяйственного производства, таких как МТС.

В настоящее время имеется настоятельная необходимость освоить и улучшить передовой опыт развития производственно-технического обслуживания агросервисных предприятий.

Эффективность производственно-технического обслуживания в аграрном секторе обычно оценивается в два этапа: на стадии планирования мероприятий — для предварительной их возможной оценки и на стадии завершения реализации конкретного этапа работы — для оценки фактического итога проделанной работы.

Формирование стартового капитала для приобретения сельхозтехники и оборотных средств на ее использование — наиболее важное условие создания эффективно работающей МТС. Увеличение ее технического потенциала возможно различными путями. Это использование техники хозяйств, входящих в зону обслуживания, высококачественный ремонт своей или купленной в хозяйствах изношенной (списанной) сельхозтехники; приобретение новых машин за счет кредитных, лизинговых и собственных средств. Зарубежную технику необходимо приобретать только при отсутствии подобной отечественной. Постепенная замена морально и физически устаревших машин отечественными или импортными машинами и машинными комплексами нового поколения приведет к увеличению показателя высокопроизводительного использования технического потенциала МТС. При этом неотъемлемое условие — чтобы в машинно-технологических станциях вся поступающая новая техника имела как суточную, так и сезонно-годовую выработку, превышающую, как минимум, в 1,5 — 2,0 раза показатели сельских хозяйств [6].

Существенным элементом организации эффективной МТС является система стимулирования высокого качества производственно-технического обслуживания, что наряду со стоимостью является важным фактором, определяющим спрос потребителей на их услуги. Работники МТС, выполняющие производственно-техническое обслуживание, должны быть заинтересованы в повышении качества услуг. Это обеспечивается за счет построения рациональной системы материального стимулирования рабочих и благодаря контролю качества обслуживания со стороны как исполнителя, так и потребителя, что должно быть соответствующим образом отражено в договорах между МТС и сельскохозяйственными товаропроизводителями.

Конкурентоспособность оказываемого производственно-технического обслуживания определяется качеством проведения и оптимальностью сроков выполняемых услуг, уровнем цен на них, наличием гибких систем скидок. Непрерывное улучшение качественных характеристик услуг обслуживания связано, по нашему мнению, с опережающим предложением сельхозтоваропроизводителям выполнения таких видов услуг, которые соответствуют новейшим достижениям в области техники и технологии производства сельскохозяйственной продукции и не могут быть выполнены в сложившихся рыночных условиях собственными силами потенциальных клиентов.

Такая множественность целей вызывает необходимость их структуризации. Поэтому нами предлагается структура показателей оценки эффективности работы предприятия по производственно-техническому обслуживанию сельского хозяйства (рис.).

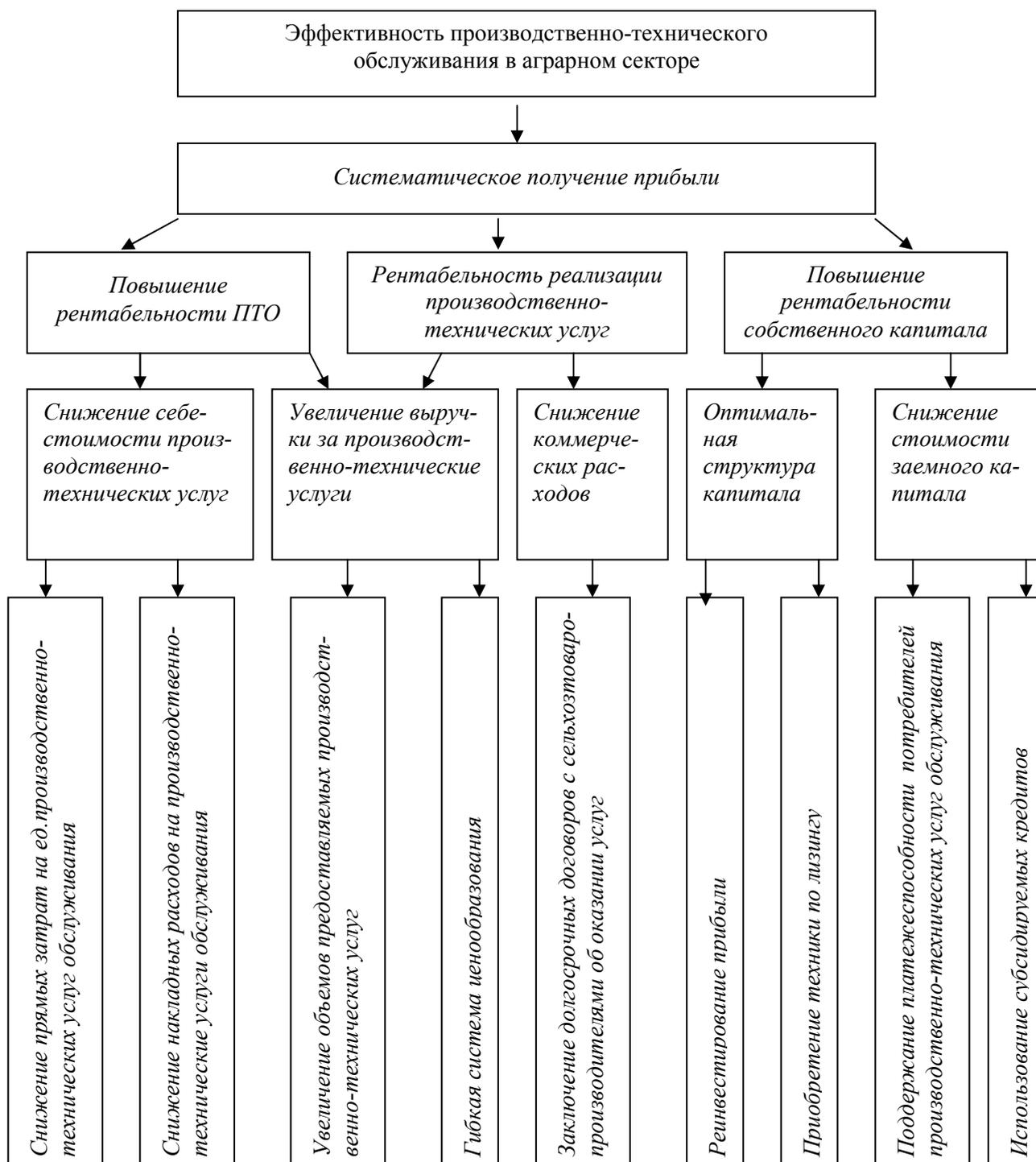


Рисунок. Система показателей оценки эффективности производственно-технического обслуживания

Вместе с тем следует отметить, что наличие излишних производственных мощностей в сервисных предприятиях по сравнению с уровнем спроса на них нередко приводит к дополнительным издержкам и убыточности отдельных видов производственно-технологических услуг, неполной загрузке агрегатов.

Следовательно, необходимо периодически проводить маркетинговые исследования специфики и особых условий оказываемого агросервиса. Имеются в виду выполнение полевых работ на рассредоточенных небольших земельных участках с различной длиной гона и крутизной, пересеченность местности, удельное сопротивление почвы при обработке, ее каменистость, угол склона и другие характеристики, обуславливающие рост удельных затрат на маркетинговые услуги.

Для успешной производственно-технологической и маркетинговой деятельности предприятию агросервиса следует систематически собирать и анализировать информацию о конкурентах, основных видах оказываемых ими маркетинговых услуг, их клиентах, уровне и качестве обслуживания. Такая информация полезна тем, что она помогает выявить собственные сильные и слабые стороны, учитывать и избегать чужих промахов и ошибок, определять свои конкурентные преимущества по сравнению с другими обслуживающими предприятиями. Отметим, что существующая ныне конкуренция в системе агросервиса отличается невысокой интенсивностью, особенно по таким видам, как выполнение срочных полевых и других производственно-технологических работ, внедрение высокоэффективных технологий возделывания сельскохозяйственных культур. Такая ситуация обусловливается существующим монопольным положением предприятий агросервиса по отношению к сельским товаропроизводителям и другим хозяйствующим субъектам села. Вместе с тем, по мере насыщения сферы агросервиса, первые признаки которого уже наблюдаются, конкуренция между сервисными предприятиями, несомненно, будет усиливаться. Благодаря этому сельскохозяйственные и другие предприятия будут иметь реальную возможность выбора наиболее выгодных исполнителей производственно-технологических услуг с учетом их цен и качества, а также сроков выполнения сельскохозяйственных работ.

Высокая культура и качество выполняемых услуг агросервиса являются важнейшим показателем признательности и популярности МТС среди сельских товаропроизводителей. Реальным направлением совершенствования механизма обеспечения аграрного сектора техническими ресурсами является концентрация техники в агросервисном центре, строящем свою деятельность на основе оказания комплексного агросервиса, представляющем собой многопрофильный центр оказания услуг по звеньям.

Каждое из звеньев — это определенная система, развивающаяся по своим специфическим закономерностям, обладающая внутренними источниками для саморазвития и самообновления. Каждый из этих элементов рекомендуемого проекта Агросервисного центра имеет свою специфическую структуру организации и управления, которая может изменяться в связи со сложившимися обстоятельствами в современных условиях с целью наиболее полного удовлетворения нужд сельских товаропроизводителей и повышения качества и количества оказываемых услуг.

В будущем при расширении номенклатуры услуг и увеличении объемов агросервиса в ходе развития агросервисного центра возможен уклон в сторону специализации как по технологиям возделывания отдельных культур, так и по видам деятельности. Это позволит наиболее эффективно использовать технические, трудовые ресурсы, снизить стоимость агросервиса, что будет способствовать увеличению спроса на них со стороны сельчан.

На основе анализа производственно-технической деятельности агросервисных структур предлагаем конкретные функции каждого из звеньев многофункционального агросервисного центра агросервиса в аграрном секторе.

Производственно-техническое обслуживание в современных условиях является одним из основных путей решения проблемы технического обеспечения как главной задачи развития агропредпринимательства. В связи с невозможностью обладания в рыночных условиях абсолютно точной информацией об условиях осуществления агросервиса нами определена его сущность как форма взаимодействия сельхозтоваропроизводителей и структур агросервиса, которые являются, с одной стороны, потребителями технических средств, а с другой — производителями агросервиса. Агросервисные структуры имеют высококвалифицированные механизаторские кадры, сервисную службу и применяют прогрессивные технологии.

Таким образом, можно констатировать, что в рыночных отношениях развитие эффективного агросервиса сельскохозяйственных предприятий на основе принципов агромаркетинга выступает важным фактором стабилизации и устойчивого роста производства сельскохозяйственной продукции, перевода аграрного сектора на современную индустриальную основу. Для совершенствования маркетинговой системы обеспечения техническими ресурсами, поддержки отечественного сельхозмашиностроения существует ряд таможенно-тарифных и налоговых льгот, в частности: освобождение от обложения таможенными пошлинами при импорте оборудования и комплектующих к нему, ввозимых для реализации инвестиционного проекта, в случаях отсутствия или недостаточного производства в области; механизм уплаты налогов методом зачета при импорте оборудования и запасных частей, направленных на стимулирование ввоза отдельных товаров, не производимых в области либо производимых в недостаточном количестве для удовлетворения спроса потребителей технических ресур-

сов; инвестиционные налоговые преференции; налоговые льготы при реализации товаров с высокой добавленной стоимостью собственного производства, а также при реализации сертифицированных товаров собственного производства; налоговые льготы оборота по реализации товаров на экспорт.

### Список литературы

- 1 Нурманов Б.Н. Материально-техническое обеспечение и обслуживание крестьянских (фермерских) хозяйств в районном АПК // Проблемы агрорынка. — 2006. — № 3. — С. 82.
- 2 Аксаев А. Условия устойчивого развития аграрной сферы экономики // АПК: экономика, управление. — 2002. — № 6. — С. 14–18.
- 3 Чужинов П.И. Эффективность технического сервиса в сельском хозяйстве при рыночных условиях. — Алматы, 2004. — 312 с.
- 4 Система технологий и машин для комплексной механизации растениеводства РК на период до 2005 года. — Ч. 1 и 2. — Алматы, 1998.
- 5 Сыдык Д.А. Научная основа посевной системы Южно-Казахстанской области // Вестн. сельскохоз. науки Казахстана. — Алматы, 2005. — № 17. — С. 29–33.
- 6 Шаимбетов К.Ш. Производство и организация рынка сельскохозяйственной техники // Проблемы агрорынка. — Алматы. — 2004. — № 4. — С. 38.

Н.Т.Батырова

### Ауыл шаруашылығындағы заманауи маркетингтің даму жолдары

Мақалада ауыл шаруашылығындағы тауар өндірушілерді техникамен қамтамасыз ету мәселелерін шешу жолдары қарастырылған. Қазіргі кезде аграрлық сектордағы дағдарыс өндіріс үдерістерін механизациялауға зор әсер етуде. Мемлекет бүкіл ауыл шаруашылығына жеткілікті көлемде қаржылық көмекті көрсете алмайтын жағдайда, аграрлық өнеркәсіптік кешенді техникамен қамтамасыз етуді тұрақтандыру және одан әрі дамытудың маңызды мәселелерінің бірі бір мезетте ауылдық өнімнің уақтылы өндірушісі бола алатын, ауыл шаруашылық дақылдарын өңдеуде және өсіруде ауылдықтардың сенімді серіктесі бола алатын өндірістік-техникалық қызмет көрсету арқылы маркетингтік қызметтің дамуы болып табылады. Зерттеу барысында автормен өндірістік-техникалық қызметтердің тиімділігін бағалау көрсеткіштер жүйесінің сұлбасы түрінде ауыл шаруашылық тауар өндірушілеріне өндірістік қызмет көрсетуге қатысты қазіргі кездегі ауыл шаруашылықтағы маркетингтің тиімді жолдары ұсынылған.

N. T. Batyrova

### Ways of development of modern marketing in agriculture

This article discusses ways to solve problems of technical equipment producers in agriculture. In the current crisis in the agricultural sector are particularly affected by the mechanization of production processes. At a time when the state is unable to provide effective financial support for all of agriculture, one of the most important tasks of stabilization and then growth and technical support agribusiness is the development of marketing services through the provision of production and maintenance that can be universally intensive agricultural producers, reliable partner villagers in growing and processing crops. In the study, the author offers an effective way of marketing in agriculture at the present stage, concerning the provision of services to agricultural production in the form of a diagram of the system of indicators to measure the efficiency of production and technical services.

### References

- 1 Nurmanov B.N. *Problems of the agricultural market*, 2006, 3, p. 82.
- 2 Acsaev A. *AIC: economics, management*, 2002, 6, p. 14–18.
- 3 Chuzhinov P.I. *The effectiveness of technical services in agriculture under market conditions*, Almaty, 2004, p. 312.
- 4 *The system of technologies and machines for the comprehensive mechanization of crop RK for the period up to 2005*: P. 1 and 2, Almaty, 1998.
- 5 Sydyk D.A. *Bulletin of Agricultural Science of Kazakhstan*, Almaty, 2005, 17, p. 29–33.
- 6 Shaimbetov K.Sh. *Problems of agricultural market*, Almaty, 2004, 4, p. 38.

A.B.Baimbetova<sup>1</sup>, Sh.S.Uvaisova<sup>2</sup>

<sup>1</sup>*L.N.Gumilyov Eurasian National University, Astana;*

<sup>2</sup>*Kh.A.Yasawi International Kazakh-Turkish University, Turkestan  
(E-mail: Sholpanus.81@mail.ru)*

## **Safe mining operations as an important direction of improving the management of coal mines**

In this article problems are considered in a mountain production questions of organization and realization of safe conduct of works. And it must be spared especially large attention, as technological processes objectively are the source of enhanceable danger. It is the seismic works related to the production of explosive works, well-drilling with possible, not always predictable extrass, fountains and fires of oil and gas, collapses and explosions, in coal and other mines, danger of nuclear contamination at working mine of radioactive raw material etc. Already this list talks about a variety and possible heavy consequences that can happen because of violation of requirements of safe conduct of works.

*Key words:* Safety, mountain work, perfections, managements, coal mine, concentration, coal, dust, пожаро- and explosive gases, to the dust, vibration, noise, humidity, temperature, environment, subzero luminosity, miner.

Cardinal direction of improving the management of coal mines — reduction of accidents and injuries due to mine safety. Underground coal mining is carried out in high-risk for a person who works in a confined space, the possible collapse of rocks and coal, a high concentration of coal and rock dust, flammable and explosive gas and dust, high vibration, noise, humidity and ambient, low light conditions and etc.

All this is the root cause of systematic injuries and occupational diseases of miners. The highest level of safety of mining operations in recent years is provided in the mines of the United States, where, for example, the rate of injury deaths averaged 0.06 cases per 1 million tons of coal mined.

In the mines of the Russian Federation in 1997 was 2.6 deaths per 1 million tons of production, in 2002 — 0,76 and for the period from 1994 to 2002 inclusive — an average of 1,4 cases, that is 23 times higher than in the US. In the USSR in 1989 was 0,89 cases and in the mines of Germany — 0,54 in the case of working conditions that are similar in complexity to the mines of the USSR, but with a high level of mechanization and organization of mining operations, as well as high production discipline miners.

Ukrainian mines after its secession from the Soviet Union from 1991 to 2001 inclusive 3700 miners die, or 5.4 cases per year, which is 65–80 times higher than in the US. The highest injury rates recorded in the mines of China, where people die each year 5.5–6 per 1 million tons extraction or 90–100 times higher than in the US. This situation with mine safety in mines of China due to the huge number of small mines, which virtually no mechanization and safety.

The main causes of death of miners in China are fires, explosions of methane and coal dust, sudden methane emissions and relatively low technical level of equipment even in the state mines. Particularly low reliability of mining machines, high accident which leads to increased risk and a high level of injuries. Up to 72–75 % of heat energy in China is provided by coal, so the Chinese government is taking measures to improve safety in mines, including reduced during the period from 1997 to 2002, the number of small mines with 92 thousand to 23 thousand. In 2002 was invested 240 million. Dollars to improve the technical level of mining equipment and planned to invest another \$700 million Dollars. It was also decided on the criminal liability of heads of mines when the number of serious accidents over 10.

The sharp decline in mine safety in the mines of Ukraine in the last decade, primarily due to a sharp decline in the quality of mining equipment, manufactured in their own factories, as well as low-discipline mine personnel to ensure the safety requirements.

The basic principle of the US coal industry in the first half of the XX century was to ensure maximum productivity, which led to disasters in mines, deaths and occupational diseases of miners. The leaders of the mines did not pay enough attention to the safety of miners. However, due to a large explosion November 20, 1968 at the mine in Farmington (WV, USA), claimed the lives of 78 miners, the US Congress quickly at the beginning of 1969 passed the first federal law establishing the «Administration of the Health and safety in the mining industry «MSHA (Mining Safety and Health Administration). By the mid-1970s this administration has developed and introduced new safety regulations in mines, covering all the issues of exploitation,

control over the execution of which was entrusted to the newly created for this state inspectors, has great power to influence the management of the mines.

In the 1990s US coal industry came under the influence of bankers, financiers and other investors who have previously considered it one of the least interesting sectors for investment capital. While, labor productivity was less important factor of success, than the current estimate of investments, as assets of income.

A high level of safety in the mines US provided the following main factors:

- Favorable geological conditions of underground coal mining in comparison with the conditions of mine from other countries, especially the CIS countries and in particular in Kazakhstan;
- Understanding of the investors that the return on invested capital is a long-term, so it is necessary to maintain the stability of the coal company and improve work safety in the mine due to the introduction of new equipment, which ensures reduction in the number of workers in the mine and increase in production [1];
- High technical level of applied technology for performance, reliability, durability and ensure safe conditions for its operation due to modern systems of remote and automated control, diagnostics and equipment condition monitoring.

The problem of mine safety in the mines of the CIS states require urgent solutions because of the level of injuries and occupational diseases, which is significantly higher than all the mines in the last years of the Soviet Union, and many times higher than in the mines of the United States.

Thus, the coal industry, being one of the most important parts of the fuel and energy complex of Kazakhstan is characterized by heavy, harmful and dangerous working conditions, requires special attention, special consideration and radical solutions, primarily, the protection of health and safety. Conducted in the last decade (mine Karaganda basin with July 1, 1996 were transferred to foreign control and became part of the «Ispat-karmet», now JSC «ArcelorMittal Temirtau») structural changes had an impact on the state of security in the industry.

During the implementation of the restructuring program were closed unprofitable and particularly dangerous mines, and this had a positive impact on the state of accidents and injuries.

However, the situation in the industry is far from favorable, and is of particular concern, as yet unresolved serious problems that are fundamental to improve the safety objective of the coal enterprises. This is evidenced by the explosions of methane gas in the mines «Shakhtynsk» in 2004 and Lenin Coal Department in 2006 of JSC «ArcelorMittal Temirtau», which led to casualties.

Unfortunately, in the mines of Coal Department of JSC «ArcelorMittal Temirtau» until there is no clear system of monitoring the safety of mining operations and protection of miners. This is primarily due to the deterioration of mining and geological conditions of the deepening of mining operations, delay in matters of reconstruction and modernization, aging capital stock, a reduction of the scientific potential, reduction in the efficiency of public administration as in the industrial sector, and occupational safety in the industry.

Currently, the consumption of electrical energy in underground coal in the way the country is in the region of 10 % of the product of its volume. Obviously, the effective use of this energy source is an actual economic problem.

As is known, a measure of consumption of electricity is the specific energy consumption (UREE), which is in the mines of coal department of JSC «ArcelorMittal Temirtau» varies widely 43.3 % of mines, the figure is 22 to 50 kWh / t with an average consumption of 36 kWh / t to 38.5 % — 50 to 80 kWh / t with an average value of 63 kWh / m and 18.2 % — from 80 to 185 kWh / t average consumption 112.5 kWh / t. The analysis showed that in the past 8–12 years UREE the mines increased on average 1,45 — 2,2 times, although the absolute power consumption decreased.

These data suggest that one of the ways to improve the safety of mining operations, improve the management of occupational safety and health in mines may be an improvement in the process of diagnosing the underground electrical equipment at unscheduled repairs based on the development of search algorithms failures that minimize the likelihood of erroneous actions of staff. For this purpose it is convenient to use the principles of the minimax criterion to minimize the duration of the fault localization in the worst case, when denying the most difficult to see the object of diagnosis (OD) [2].

Let the information presented in the form of OD matrix states (MS), in which the set: a set of faulty states OD

$$S = \{S_i\}, i = 1, 2, \dots, n, \quad (1)$$

where  $\pi$  — number of states, by the adoption of the depth of diagnosis; set of permissible ML checks  $\Pi = \{\pi_j\}$ ,  $j = 1, 2, \dots, m$ ;  $m$  — number of inspections depends on the design and maintainability of isolating and depending on the operating and maintenance rules PB;  $P_i$  probability states  $S_i \in S$ , wherein  $\sum_{i=1}^n P_i = 1$ ;  $j$ -length implementation of the verification  $t_j$  (see table).

T a b l e

Matrix states

Si		S1	S2	S3		S5
$\pi_j$	$t_j$	Pi				
		0,0	0,15	0,2	0,25	0,3
$\pi_1$	30	0	1	1	1	1
$\pi_2$	40	0	0	0	1	1
$\pi_3$	10	1	1	0	1	1
$\pi_4$	50	1	1	0	0	1

Operating ratio to construct an algorithm for diagnosis, optimal minimax criterion can be represented in the form

$$T_{nk}^r = \min_{\pi_j \in \Pi_k^r} \max_{S_i \in S_k^r} \left[ \begin{array}{l} P_i \left( t_j + \sum_{\pi_\lambda \in \Pi_{0i}} t_\lambda \right) \\ P_i \\ S_i \in S_g^{r-h} \left( t_j + \sum_{\pi_\lambda \in \Pi_{0i}} t_\lambda \right) \end{array} \right], \tag{2}$$

where  $T_{nk}^r$  — the optimal minimax criterion troubleshooting time in the subset  $S_k^r$ ;  $S_k^r$  — k-th subset of states comprising  $r$   $S = \{S_i\}$ , where in  $r = 2, 3, \dots, \pi$ ;  $\Pi_{0i}$  optimal subset of tests needed to secure the i-th failure and certain steps in the preceding calculation;  $S_l^h, S_g^{r-h}$  — respectively, l and g subsets containing r-h and h, and from states  $S_k^r$ ;  $\Pi_k^r$  — subset of admissible in  $S_k^r$  audits, ie checks, is divided  $S_k^r$  into two non-empty subsets.

Subsets  $S_l^h$  and  $S_g^{r-h}$  — formed from  $S_k^r$ , after formation of the j-th scan.

Calculation using the formula (2) can only lead recursively, starting with subsets  $S_k^2$  and then passing to the subsets  $S_k^3, S_k^4, \dots, S_n^k$ .

To use the mathematical apparatus of the minimax criterion for the purpose of constructing optimal from the standpoint of safety failures in the search algorithms mine electrical equipment must be in the original MS distinguish two subsets:  $S_{II} \in S$  and  $\Pi_p \in \Pi$ . The first involves a fault, the occurrence of which under certain circumstances can cause a hazardous event (explosion, fire, accident). Let us call a subset of SII potentially dangerous technical conditions OD. For mine electro apparatuses it may include, for example, a fault that violate the effect of different locks or lead to a decrease in intrinsically safe circuits. The second subset combines checks during which errors may occur, contributing to the emergence of a hazardous event in the operation or maintenance of OD. We say that a subset of Ex-risk audits. This  $\Pi_p$  may include, for example, checking that require opening the flameproof enclosure and perform complex operations on installing and removing elements of money laundering.

Optimal from the standpoint of safety is a search algorithm failure, which provides a minimum of time to find the most difficult-to-state  $S_{TP} \in S_{II}$  with very limited use of checks  $\Pi_p$ . The optimality criterion is accepted minimum security integral index diagnosis:

$$\min W_\sigma = \left[ t(S_{TP})(1 + K_p) \right], \tag{3}$$

where  $t(S_{TP})$  — time localization state  $S_{TP} \in S_{II}$ ,  $t(S_{TP}) = P_{TP} \sum_{\pi_j \in II_{0,TP}} t_j$ ;  $P_{TP}$  — probability of the state  $S_{TP}$ ;

$K_p$  — utilization risk audits on all branches of the algorithm presented in the form of a diagnostic tree (Figure 1),

$$K_p = \sum_{i=1}^n m_{pi} / \sum_{i=1}^n m_i, \tag{4}$$

where  $m_{pi}$  — the number of high-risk audits in the  $i$ -th branch of the algorithm;  $m_i$  — Total number of inspections in the  $i$ -th branch of the algorithm;  $n$  — the number of defective states of  $S_i$ , to the MS.

Implementation of the proposed approach can be represented by the following steps. In the first step to determine all possible states of a subset of the matrix  $S_k^r$ . The second step is formed for each  $S_k^r$  subset  $S_k^r$  of allowable tests. Considered acceptable test is  $S_k^r$  divided into two non-empty subsets. Stands out from  $\Pi_k^r$  the working subset of checks  $\Pi_{KP}^r$ , which includes all of the checks  $\Pi_k^r$ , except for: checks belonging  $\Pi_p$ , if this is  $\Pi_k^r$  in at least one test; equivalent tests with longer duration. Considered equivalent test, the same is divide  $S_k^r$  into subsets corresponding to the positive (1) and negative (0), based on the  $j$ -th test. In the case where all the checks subsets  $\Pi_k^r$  belong  $\Pi_p$ , in  $\Pi_{KP}^r$  will not be included in the test with only the equivalent of long duration.

In the third step, for each of the tests  $\Pi_j \in \Pi_{KP}^r$  expression is evaluated (2). Thus, depending on the composition of the  $S_k^r$  following cases: 1) none of the states in a not belong  $S_k^r$ . The working expression uses the formula (2) unchanged; 2) the subset  $S_k^r$  contains only one state. In this case, the calculation is the expression.

$$T_{nk}^r = \min_{\Pi_j \in \Pi_{KP}^r} \left[ P_{\sigma} \left( t_j + \sum_{\pi_{\lambda} \in \Pi_{\sigma\sigma}} t_{\lambda} \right) \right], \tag{5}$$

where  $P_{\sigma}$  — the probability of the state  $S_{\sigma}$ ;  $\Pi_{\sigma\sigma}$  — optimal subset of tests used for fixation; 3) In  $S_k^r$  contains more than one state owned  $S_{II}$ . Working expression in this case is written as follows:

$$T_{nk}^r = \min_{\pi_j \in \Pi_{KP}^r} \max_{S_i \in S_{II}^r} \begin{bmatrix} P_i & (t_j + \sum t_{\lambda}) \\ S_i \in S_i^h & \pi_{\lambda} \in \Pi_{oi} \\ P_i & (t_j + \sum t_{\lambda}) \\ S_i \in S_g^{r-h} & \pi_{\lambda} \in \Pi_{oi} \end{bmatrix}. \tag{6}$$

When the  $j$ -I inspection performed in  $S_k^r$ , gives rise to subsets  $S_i^h$  and  $S_g^{r-h}$  containing only one state, i.e.  $h = 1$  or  $r-h = 1$ , the subset  $\Pi_{oi}$  is empty and  $\sum t_{\lambda} = 0$ .

At the 4th step the construction of the optimal search algorithm, which is carried out in reverse order, since  $S_k^r = S_k^n = S$ , on the basis of data obtained by calculation from the end of the subsets  $S_k^2, S_k^3, S_k^4$  and etc.

The proposed approach can be illustrated by the following example. Let the initial data of the object of diagnosis is presented in the form of a matrix shown earlier states. The calculation of the matrix of states by a dynamic programming algorithm leads to. Diagnostic tree corresponding to this algorithm (fig. 18 a) has the following characteristics:  $t(S_{TP}) = 25.0$  unit contingents;  $K_p = 0.54$ ;  $W_{\sigma} = 13.5$  unit contingents. In the calculation it is assumed that  $S_{II} = \{S_3, S_4\}$  and  $\Pi_p = \{\pi_3, \pi_4\}$ . The calculation of the same positions with MS security based on the proposed approach leads to a diagnostic tree (figure 18b) with the following parameters:  $t(S_{TP}) = 22.5$  unit contingents;  $Cr = 0.33$ ;  $W_{\sigma} = 7.4$  unit contingents. Analysis of the results shows that the integral safety indicator in the second case it is almost two times less than in the first.

Thus, the application of the proposed approach for the development of algorithms for searching failures in mine electromechanical systems will improve the efficiency of diagnosis and trouble-free operation will contribute to the technological units of coal mines.

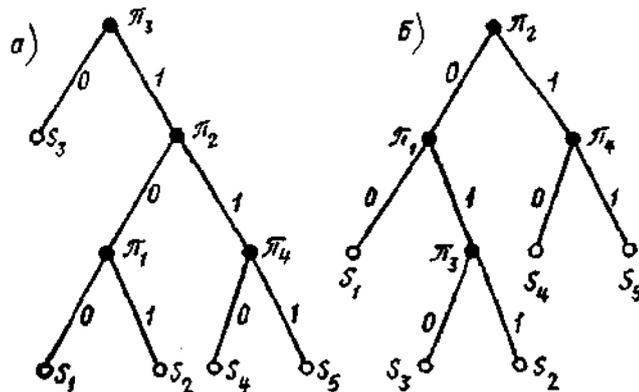


Figure 1. A binary diagnostic tree without (a) and with regard to (b) the safety factor

Another direction of solving the problem of mining safety in the mines of Kazakhstan, as the economic practice may be to improve the management of repair mine workings at coal mines [3].

Currently, coal mines used computer-aided management of various technological processes: sewage treatment works, underground transport, ventilation. In an analysis of the organization and management of the repair work was necessary to determine the structure and content of the block subsystem based on the outline of research on automation of technological processes (Figure 2).

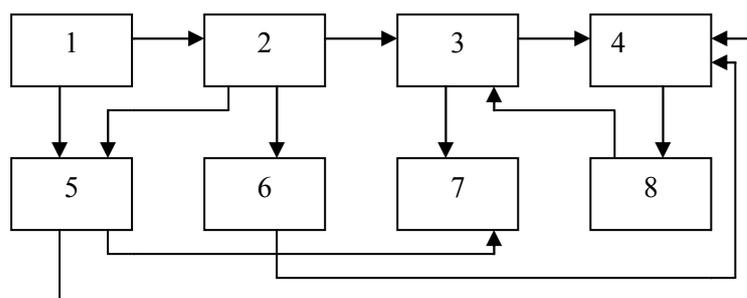


Figure 2. Block diagram of control repair mine workings

Block I «Control of the mine workings» should be focused condition monitoring results workings various production units. The information contained in various journals such as the Journal of Surveying Survey workings; mine technical inspection regulations (GTI) and the other shall be stored in a computer and are updated as necessary.

In block 2, «Initial data on the repaired workings» focus managed and unmanaged options: power formation, stability of surrounding rock production, the method of the workings, cross-sectional area, type of roof support, develop a method of protection. In this block also receives the results of the control unit 1.

In block 3 «Analysis and establishing a list of repaired workings» are defined scope of work for the type of repair and structure of repair cycle. In this block are planned volumes of repair work. If the data block 2 can be stored in a computer memory and, if necessary, issue a print, then to perform the functions necessary to block 3 analytical thinking and human performance computers.

Currently, the mines of coal department of JSC «ArcelorMittal Temirtau» in determining the volume of repair work using survey methods workings. Output document examination is an act, which shows all the generation in need of repair, and the amount of money for repairs. For final approval of the list of repairable workings, a commission composed of the chief engineer, chief surveyor, head of department of regulation and Chief repair-restoration site.

Surveying Department of mine carries out regular monitoring of the mine workings. The results of observations are logged. Thus, there is an accumulation of information over a long period of time. For ease of use offered the necessary information written in computer memory and provide on-demand. To establish the total planned repairs Commission carefully analyzes the state of developments and make appropriate conclusions. To give them legal force mine management services issued a document signed by the chief engineer of

the mine, which is the basis for planning the volume of repair works on mine sites each month. At the same time considering the possibility of maintenance-free content mining plan and planned activities required. Departments Logistics (MTS) and marketing, as well as labor and wages on the basis of applications section heads provide working materials, the tools necessary to carry out repair work [4].

In the 4 th block, «Calculation of the need for human resources,» a determination of optimum number of maintenance workers for the mine with the help of the main provisions of queuing theory.

In 5 th block, «Estimates repairs» solve the problem of long-term planning. In this case, the amount of repair work is supposed to be determined by extrapolation methods, which allows to obtain satisfactory results in practice.

Block 6, «Calculation of the volume of unscheduled repairs» associated with a system of preventive measures carried out in the mines, and can be used for calculations in the elimination of the consequences of debris and other geological disturbances. The process of organizing unscheduled repairs can be represented as the functioning of a queuing system in which the flow is calling sequence requirements for workers repair work in the mines, and the duration of service determined by the duration of the repair operation. The required number of maintenance workers can be found in the same manner as the calculation of human resource requirements.

Block 7, which calculates the needs of materials, is closely connected with the subsystem logistics mine. In determining the amount of repair work and resources are also set to perform them.

Block 8 includes a set of corrective changes to be made in the other circuit blocks. All units subsystems are closely linked backward and forward linkages.

Process control subsystem repair work can function only on the basis of information links. Information support subsystem repair mine workings consist of data obtained by monitoring the state of mining, identification and registration of deviations and changes in the parameters of the production of passport data, preparation and processing of primary information, providing management personnel mine of information needed for decision-making, implementation of operational direct and feedback between the administrative apparatus of the mine and the actual perpetrators of [5].

Currently, information on the status of the mine workings are concentrated in various magazines. In the coal department of JSC «ArcelorMittal Temirtau» and Computing Center (CC) received only the following information: the total length of the mine workings at the end of the year; extent of workings that do not meet the passport, at the end of the year; length refurbished workings for the year. No feedback coal department with individual mines of JSC «ArcelorMittal Temirtau» on the status of mining. Consequently, a coffee way of storing information does not provide its efficiency, reliability, accuracy.

Plot repair mine workings receives information from various departments of the mine. Thus, the data on the control state mining comes from surveying department inspectors GTI, as well as from the technical department. Chief engineer and head of repair-restoration area (RVU) acquainted with the operational information, analyze it with specialists from other departments and make technical decisions. Guidance section for repair and restoration of mine workings solved planning and payroll departments with accounting and finance, as well as planned the department of labor and wages. On ensuring RVU skilled workers foreman turns to the personnel department of the mine. Department of MTS and marketing, as well as land transport intramine associated with RVU through the production department, which coordinates and satisfies the flow of requests for materials and trucks. Electromechanical Division repair rigging used for repairs workings. Mining Manager coordinates the work of the mine, provides empty RVU. With all of these entities repair and refurbishment site provides direct and feedback. Currently, communication is supported via phone, selectors and personal contacts, although there is a need of creating a data bank in the computer memory [6].

The result of solving management subsystem repair mine workings is information on the size of the repaired workings, their type, and duration of operation, condition, compared with the published data. These data allow to optimally redistributing existing material and labor resources for repairs.

## References

- 1 Козлова О.В., Брянский Г.А., Разу М.Л. Хозяйственные ситуации. — М.: Экономика, 1976. — 116 с.
- 2 Каренов Р.С. Кадровый менеджмент. — Алматы: Гылым, 1998. — 184 с.
- 3 Рудь А.М. Состояние аварийности, травматизма и профессиональной заболеваемости на предприятиях угольной промышленности // Уголь. — 1990. — № 6. — С. 3–4.
- 4 Журнал «Уорлд Коул». — 2000. — № 1. — С. 49–53.

5 Мохначук И.И. Охрана труда и промышленная безопасность в угольной промышленности России // Уголь. — 2003. — № 8. — С. 35–38.

6 Журнал «Уорлд Мойнинг Экуипмент». — 2002. — № 7. — С. 62–63.

Ә.Б.Байымбетова, Ш.С.Увайсова

### **Тау-кен жұмыстарын қауіпсіз түрде жүргізу көмір шахталарының қызметін басқаруды жетілдіру бағыты ретінде**

Мақалада көмір шахталарында басқару жүйесін жетілдіру бағытындағы тау-кен қызметін қауіпсіз түрде жүргізу мәселелері қарастырылған. Тау-кен жұмыстарын басқару жүйесінің мәселелерін шешу нәтижесі болып бастапқы құжаттағы берілген ақпараттармен салыстарғанда жөндеу жұмыстарының сандық құрамы туралы олардың типтері, қолдану мерзімі, жай-күйі туралы ақпараттары табылады. Бұл мәліметтер қолда бар материалдық және еңбек ресурстарын жөндеу жұмыстарын жүргізуге оңтайлы түрде қайта бөлуге мүмкіндік береді.

А.Б.Баймбетова, Ш.С.Увайсова

### **Безопасное ведение горных работ как важное направление совершенствования управления деятельностью угольных шахт**

В статье отмечено, что кардинальное направление совершенствования управления деятельностью угольных шахт — уменьшение аварийности и травматизма за счет безопасности ведения горных работ. Подземная добыча угля, подчеркивают авторы, осуществляется в условиях повышенной опасности для человека: ограниченное пространство, возможное обрушение массивов горных пород и угля, большая концентрация угольной и породной пыли, пожаро- и взрывоопасных по газу и пыли, высокий уровень вибраций, шума, влажности и температуры окружающей среды, низкая освещенность и т.д.

#### References

- 1 Kozlova O.V., Bryanskiy G.A., Razu M.L. *Economic situation*, Moscow: Economics, 1976, 116 p.
- 2 Karen R.S. *Human Resource Management*, Almaty: Gylym, 1998, 184 p.
- 3 Rud A.M. *Coal*, 1990, 6, p. 3–4.
- 4 *Cole World*, 2000, 1, p. 49–53.
- 5 Mohnachuk I.I. *Coal*, 2003, 8, p. 35–38.
- 6 *World Moyning Ekuipment*, 2002, 7, p. 62–63.

Г.С.Баймухамедова

*Костанайский социально-технический университет им. Зулхарнай Алдамжара  
(E-mail: bmf45@mail.ru)*

## **Теория и практика менеджмента в логистической системе**

Обосновывается целесообразность создания организации для эффективного функционирования логистики. Излагаются теоретические и практические аспекты менеджмента в логистической системе. Сопоставляются традиционные и логистические подходы к управлению материальными потоками в сферах производства и обращения. Выделяется особая роль функции планирования в управлении логистическими системами. Подчеркивается, что основой для разработки логистической системы является оперативное планирование. Анализируются стратегические тенденции в развитии логистики. Уделяется внимание изучению общего алгоритма разработки логистических стратегий предприятия.

*Ключевые слова:* логистика, виды, логистическая цепь, функции управления, концепции, стратегическое планирование, логистическая координация, контроль, алгоритм.

### *Необходимость создания организации для эффективного функционирования логистики*

В предпринимательской деятельности выделяют два направления в определении логистики. Первое связано с функциональным подходом к товародвижению, т.е. управлением всеми физическими операциями, которые необходимо выполнять при доставке товаров от поставщика к потребителю. Второе направление характеризуется более широким подходом: кроме управления товародвиженческими операциями, оно включает анализ рынка поставщиков и потребителей, координацию спроса и предложения на рынке товаров и услуг, а также осуществляет гармонизацию интересов участников процесса товародвижения.

Эти два направления в определении логистики позволяют охарактеризовать логистику как науку управления материальными потоками от первичного источника до конечного потребителя с минимальными издержками, связанными с товародвижением и относящимися к нему потоками информации [1; 9].

В современных условиях выделяют несколько видов логистики: логистику, связанную с обеспечением производства материалами (закупочная логистика); производственную логистику; сбытовую (маркетинговую, или распределительную логистику). Выделяют и транспортную логистику, которая является составной частью всех трех видов логистики. Также неотъемлемой частью всех видов логистики является обязательное наличие логического информационного потока, включающего в себя сбор данных о товарном потоке, их передачу, обработку и систематизацию с последующей выдачей готовой информации.

Между названными областями логистики существуют связь и взаимосвязь. В логистической цепи, т.е. в цепи, по которой проходят товарный и информационный потоки от поставщика до потребителя, выделяются следующие главные звенья: поставка материалов, сырья и полуфабрикатов; хранение продукции и сырья; производство товаров; распределение, включая отправку со склада готовой продукции; потребление готовой продукции (рис. 1).

Каждое звено логистической цепи включает свои элементы, что в совокупности образует материальную основу логистики. К материальным элементам логистики относятся: транспортные средства и устройства, складское хозяйство, средства связи и управления. В составе логистической цепи обязательно присутствует человек, выполняющий все операции.

Для эффективного функционирования логистики должна быть создана организация, в которой осуществляется деятельность логистов-менеджеров.

Для того чтобы организация могла успешно работать, ею необходимо управлять. Управление следует рассматривать как циклический процесс, состоящий из конкретных видов управленческих работ, называемых функциями управления. Функции управления — конкретный вид управленческой деятельности, который осуществляется специальными приемами и способами, а также соответствующая организация работ. Принято считать, что в процессе управления выполняются следующие основные функции: планирование, организация, мотивация, координация и контроль.

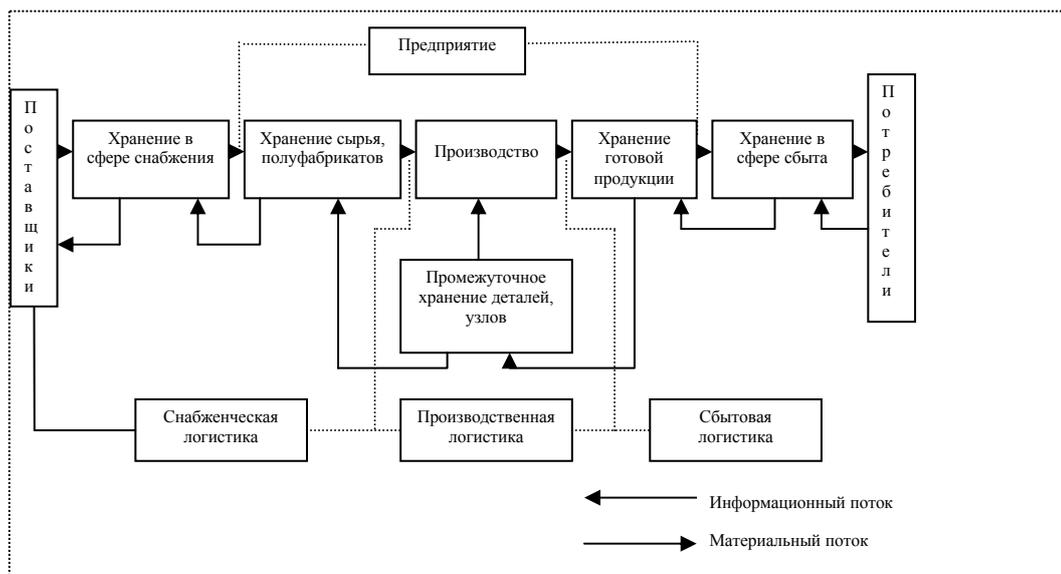


Рисунок 1. Логистическая цепь (данные работы [1; 10])

Каждая из функций менеджмента является для организации жизненно важной. Вместе с тем планирование как функция управления обеспечивает основу для других функций и считается главной из них.

*Сопоставление традиционного и логистического подходов  
к управлению материальными потоками  
в сферах производства и обращения*

При традиционном подходе к управлению каждое звено логистической цепи имеет свою систему управления, ориентирующуюся на собственные цели и критерии эффективности. Выходной материальный поток каждого предыдущего звена логистической цепи, сформированный под воздействием системы управления данного звена с учетом его целей и критериев, является входным для последующего звена. Результирующий материальный поток всей логистической цепи есть выходной поток последнего звена. Его параметры образуются в результате независимых управляющих воздействий, которые осуществляются последовательно в каждом из звеньев логистической цепи.

При логистическом подходе управляющие воздействия прилагаются со стороны единой логистической системы управления к новому объекту управления — сквозному материальному потоку. Они формируются исходя из общих целей и критериев эффективности исследуемой логистической цепи, так что параметры выходного материального потока оказываются вполне предсказуемыми.

Традиционный и логистический подходы к управлению производственно-сбытовой деятельностью показаны на рисунке 2.

В центре внимания системы логистического управления находится процесс выполнения заказов.

Суть основных концепций логистического обслуживания [3; 6] заключается в построении таких отношений с потребителем, в рамках которых возможно решение практически всех проблем потребителя. Концепции обслуживания формируются на основе изучения потребностей потребителя («клиент всегда прав»). Основная задача логистического обслуживания — помочь потребителю сделать свой бизнес более эффективным и прибыльным. Для этого необходим подробный анализ его «болевых точек».

В целом логистическое управление представляет собой реализацию системного подхода к производственно-сбытовой деятельности.

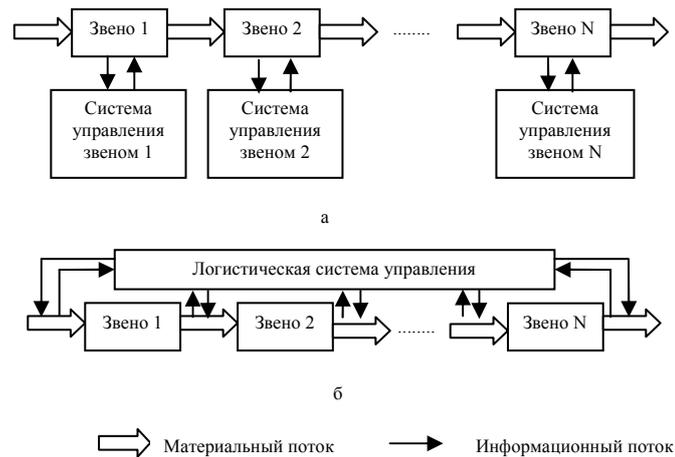


Рисунок 2. Подходы к управлению: а — традиционный; б — логистический (данные работы [2; 13])

### Функция планирования

Эта функция предполагает решение о том, какие должны быть цели логистической организации и что должны делать ее члены, чтобы достичь этих целей. По сути, это подготовка сегодня к определению того, что требуется к завтрашнему дню и как этого добиться. План должен представлять социально-экономическую модель будущего состояния логистической организации. Планы могут быть стратегическими, тактическими и оперативными.

Стратегическое планирование — это действия по принятию решений, затрагивающих весь бизнес компании. Оно фокусирует внимание на фундаментальных целях и объектах, базируется на четырех основных принципах [4; 137]:

- направлено на поиск возможных в будущем путей развития;
- этот процесс начинается с установления целей и перспектив, а затем выбираются пути и методы их достижения;
- предполагает установление подходов или даже отношения к поставленным задачам;
- предполагает связь между собственно стратегическим планом, среднесрочными программами и оперативным планированием.

Процесс стратегического планирования состоит из следующих фаз: оценка, постановка задачи, установление приоритетов, внедрение (рис. 3).

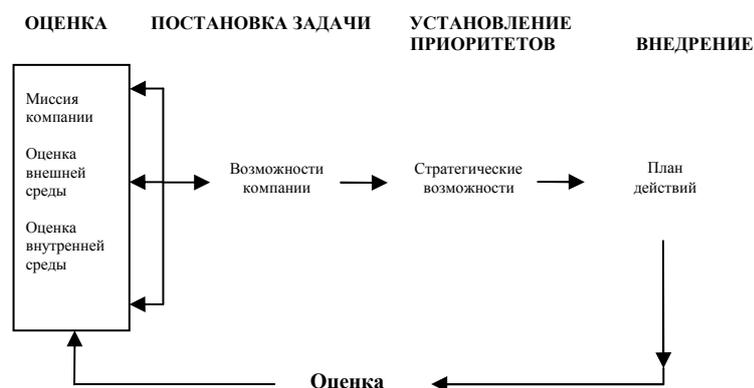


Рисунок 3. Процесс стратегического планирования (данные работы [4; 137])

На среднем уровне управления занимаются тактическим планированием, т.е. определяются промежуточные цели на пути достижения стратегических целей и задач в логистической системе.

Основой для разработки логистической системы является оперативное планирование. В оперативных планах разрабатываются стандарты логистической деятельности, описание работ

и т.п.; они вписываются в такую систему, при которой каждый направляет свои усилия на достижение общих и главных целей логистической организации.

*Функции организации и мотивации*

Функция организации состоит в установлении постоянных и временных взаимоотношений между всеми подразделениями логистической организации, определении порядка и условий функционирования. Это процесс объединения людей и средств для достижения поставленных логистической организацией целей.

Организационная структура логистической компании может быть построена линейно или на основе деятельности функциональных групп. Может быть избрана и матричная структура, когда функции логистики будут пронизывать всю деятельность компании по горизонтали.

Важной функцией управления логистикой является и мотивация. Поведение человека всегда мотивированно. Он может усердно трудиться, с воодушевлением и энтузиазмом, а может уклоняться от работы. Поведение личности может иметь и любые другие проявления. Во всех случаях следует искать мотивы поведения. Мотивировать сотрудников — значит затронуть их важные интересы, дать им шанс реализовать себя в процессе трудовой деятельности. Мотивация — это процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения личностных целей и целей организации.

Для использования этой функции необходимо применять существующие современные теории мотивации.

*Функции логистической координации*

К числу функций логистической координации относятся: выявление и анализ потребностей в материальных ресурсах различных фаз и частей производства; анализ рынков, на которых действует предприятие, и прогнозирование развития потенциальных рынков; обработка данных, касающихся заказов и потребностей клиентуры (рис. 4).

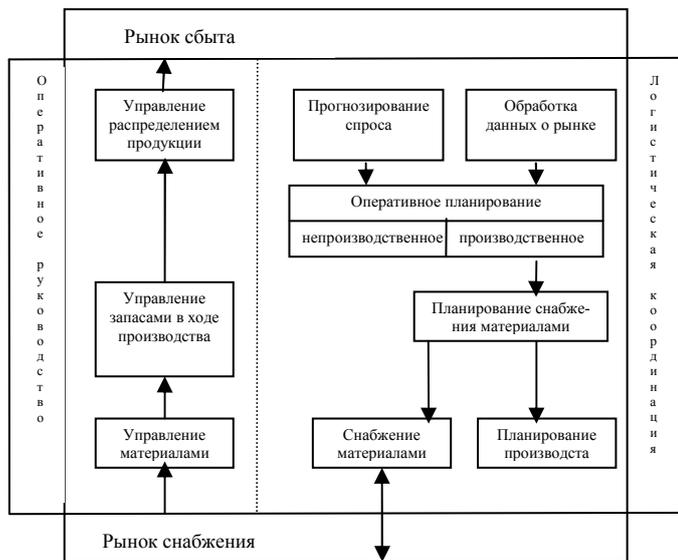


Рисунок 4. Функциональная схема логистики (данные работы [5; 22])

Перечисленные функции логистики заключаются в координации спроса и предложения товара. В этом смысле маркетинг и логистика тесно взаимосвязаны, а утвердившаяся формула — «маркетинг формирует спрос; а логистика его реализует» — имеет под собой весомое основание. В известной степени формула применима и к координации взаимоотношений логистики и производства. Таким образом, логистика занимается «состыковкой» двух сфер: предъявляемого рынком спроса и выдвигаемого компанией предложения, базирующегося на соответствующей информации.

### Функция контроля

Контроль — это процесс соизмерения (сопоставления) фактически достигнутых результатов с запланированными.

В процессе контроля можно получить ответы на следующие вопросы: Чему мы научились? Что в следующий раз следует делать? В чем причина отклонений от намеченного? Какое воздействие контроль оказал на принятие решений? Было ли воздействие контроля позитивным или негативным? Какие выводы следует сделать для выработки новых целей?

Рекомендуется различать повседневный и стратегический контроль системы [6; 57]. Стратегический контроль системы проводится, например, в следующих ситуациях:

- когда компания реализует существенные изменения в своей стратегии маркетинга (например, переход к продажам непосредственно конечным пользователям от продаж через посредников);
- когда компания существенно меняет направление в предпринимательстве;
- когда появляется новый ассортимент изделий или новые крупные потребители, или когда прекращается производство старой продукции, или теряются крупные потребители;
- когда существенно меняется географическая структура отгрузок компаний;
- через пять лет со времени последней стратегической оценки.

Наряду со стратегическим контролем распределения производится тактический контроль, цель которого, как видно из названия, заключается главным образом в управлении отклонениями от плана и в оповещении руководства о необходимости принятия коррективных мер. В схематическом виде основные компоненты тактического контроля показаны на рисунке 5.

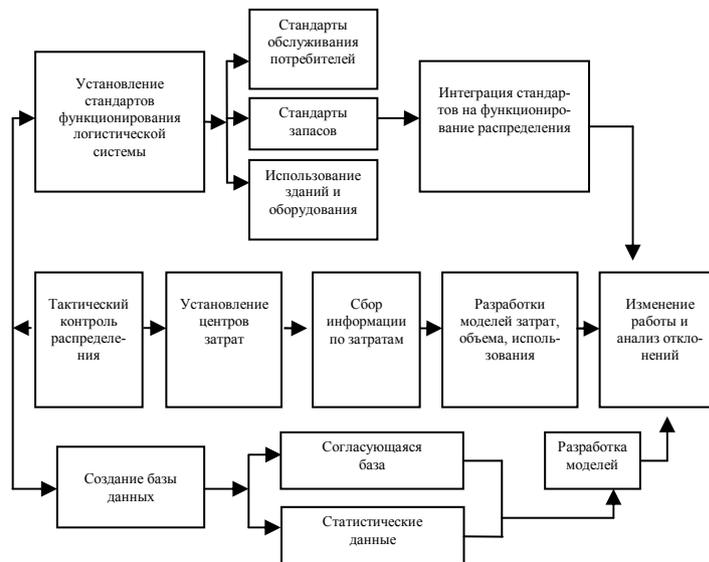


Рисунок 5. Тактический контроль распределения (данные работы [6; 58])

Основные требования проведения тактического контроля распределения следующие: набор стандартов; своевременная информация о затратах; существование базы данных. Эти требования реализуются посредством программы управления и анализа. С внедрением компьютеризованных методов управления потребность в упрощении процедур контроля стала более острой, особенно в связи с экспоненциальным ростом объема имеющейся информации.

### Стратегические тенденции в развитии логистики

В перспективе спрос на логистические услуги будет возрастать. При этом зачастую будут предъявляться требования специального обслуживания. Возрастет ценность качественного и скоростного обслуживания клиентов.

Логистическое обслуживание в будущем станет более комплексным, а проблемы, связанные с исполнением логистических операций, более сложными. Возрастет объем использования информационных технологий. Компетенция компаний в осуществлении логистических операций станет важ-

ным конкурентным преимуществом. Возрастает роль стратегического партнерства в рамках организации и осуществления логистических операций, а также логистических подразделений компаний.

В дальнейшем на логистические операции окажет влияние развитие науки и техники, внешней среды бизнеса и многое другое. Но ясно одно: стратегия логистики будет отличаться от нынешних стратегий.

На сегодня роль стратегии в логистике достаточно подробно описана в зарубежной логистической литературе. Однако к настоящему времени не все вопросы, связанные с логистической стратегией, решены. Прежде всего требуется определить, что же действительно означает термин «логистическая стратегия». Определение логистической стратегии является основой для дальнейшего описания ее элементов. В традиционной литературе логистическая стратегия рассматривалась узко — как эффективность отдельных видов деятельности. Сейчас это понятие рассматривается шире — кроме эффективности подчеркивается и связь между логистической стратегией и общей бизнес-стратегией. Согласно современному определению логистическая стратегия есть средство для достижения главной цели фирмы (компании) — получение преимуществ в конкурентной борьбе на мировом рынке [7; 43–44].

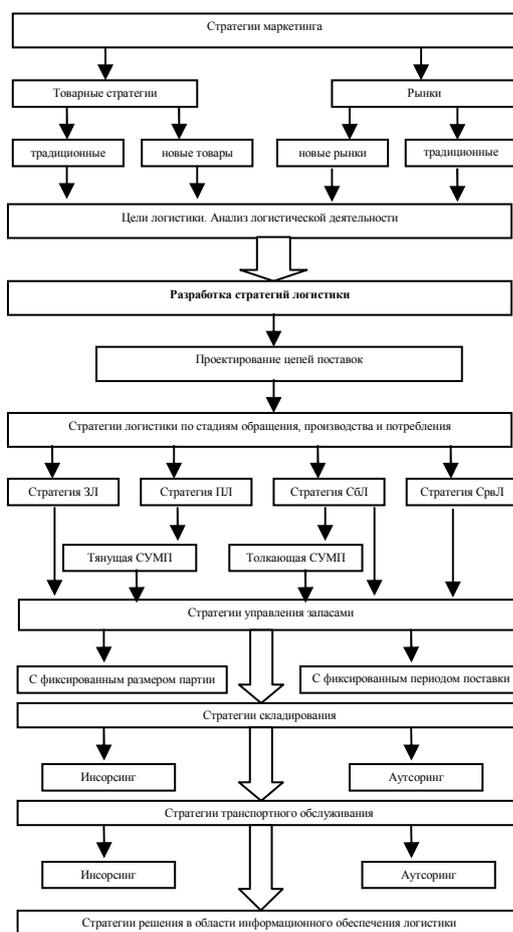


Рисунок 6. Общий алгоритм разработки стратегий логистики предприятия (данные работы [8; 54])

Автором статьи [8; 54] предложен общий алгоритм разработки логистических стратегий предприятия. Как управление в целом, проектирование стратегий логистики начинается с определения важнейших (направленных на перспективу) целей. К ним следует отнести те, которые связаны с повышением или сохранением конкурентоспособности предприятия, снижением логистических издержек, увеличением величины прибыли и рентабельности (рис. 6).

Разработке стратегий логистики предшествуют стратегический маркетинговый анализ и подготовка маркетинговых стратегий. Стратегии логистики базируются на товарных и сбытовых стратеги-

ях предприятия. Дело в том, что именно эти так называемые базисные стратегии определяют величину, разнообразие и направление материальных потоков предприятия.

Анализ логистической деятельности направлен на исследование материальных и сопутствующих им потоков в сфере закупок, производства, распределения товаров и их сервиса. Особое внимание следует уделить вопросам определения и группировки логистических затрат.

Если предприятие применяет стратегии инновационного развития, стратегии диверсификации товаров или рынков, то разработка логистических стратегий, в первую очередь, начинается с проектирования цепей поставок, определения стратегических поставщиков и рынков сбыта. Иначе анализируются существующие цепи поставок с целью их оптимизации.

На следующем этапе разработки стратегии определяются стратегии логистики по стадиям обращения (стратегии закупочной логистики — ЗЛ, стратегии сбытовой логистики — СбЛ), производства (стратегии производственной логистики — ПЛ) и потребления (стратегии сервисной логистики — СрвЛ). Отметим особую актуальность сервисной логистики для предприятий, производящих машины и оборудование.

Для принятия стратегических решений в области управления запасами и складирования прежде всего необходимо определиться с выбором системы управления материальными потоками (СУМП): тянущая (вытягивающая) или толкающая (выталкивающая). Важное значение для определения основных направлений развития логистики предприятия играет выбор системы пополнения запасов: с фиксированным размером партии поставки или с фиксированной периодичностью пополнения запасов. От этого зависят стратегические решения в сфере складского и транспортного обеспечения предприятия.

Стратегии складского и транспортного обслуживания зависят в первую очередь от выбора альтернативы: инсорсинг (собственными силами) или аутсорсинг (привлечение сторонних лиц). Следует отметить, что использование аутсорсинга возможно гораздо шире: в производственной логистике, сервисной и т.д.

#### Список литературы

- 1 *Алексеев Т.Н., Смагулова К.С.* Логистика: Учеб. пособие. — Караганда: Изд. Караганд. экон. у-та. Казпотребсоюза, 2000. — 187 с.
- 2 Логистика. Краткий курс / Под ред. И.В.Марусевой. — СПб.: Питер, 2008. — 192 с.
- 3 *Миروتин Л.Б., Таибаев Б.Э., Касенов А.Г.* Логистика: обслуживание потребителей: Учебник. — М.: ИНФРА-М, 2002. — 190 с.
- 4 *Саркисов С.В.* Управление логистикой: Учеб. пособие. — М.: Дело, 2004. — 368 с.
- 5 Логистика: Учебник / Под ред. Б.А.Аникина. — М.: ИНФРА-М, 2005. — 368 с.
- 6 *Неруш Ю.М.* Логистика: Учебник. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. — 495 с.
- 7 *Кузьбожев Э.Н., Тиньков С.А.* Логистика: Учеб. пособие. — М.: КНОРУС, 2004. — 224 с.
- 8 *Ковалев М.* Механизм разработки стратегий маркетинга и логистики машиностроительного предприятия // Логистика. — 2014. — № 3. — С. 53–56.

Г.С.Баймұхамедова

### Логистикалық жүйедегі менеджмент ілімі және іс-тәжірибесі

Логистиканың қалыпты қызмет атқаруы үшін ұйым құру тиімділігі негізделген. Логистикалық жүйедегі менеджменттің ілімдік және іс-тәжірибелік тұстары баяндалған. Өндіріс және айналым салаларындағы материалдық ағындарды дәстүрлі және логистикалық тұрғыдан басқару ұстанымдары өзара салыстырылған. Логистикалық жүйелерді басқарудағы жоспарлаудың ролі мен қызметі айрықша көрсетілген. Логистикалық жүйені жасаудың негізі жедел жоспарлау болып табылатындығы пайымдалған. Логистиканың дамуындағы стратегиялық үрдістер талданған. Кәсіпорынның логистикалық стратегиясын жасаудың жалпы алгоритмін зерттеуге көңіл бөлінген.

G.S.Baimukhamedova

## Theory and practice of management in the logistics system

In this this article the expediency of creation of the organization for the efficient functioning of logistics. Theoretical and practical aspects of management in the logistics system. This article compares traditional and logistic approaches to the management of material flows in the spheres of production and circulation. Stands out particularly the role of the planning function in management of logistics systems. It is emphasized that the basis for the development of the logistics system is operational planning. In this article analyses of strategic trends in the development of logistics. The attention is paid to the study of a General algorithm for the development of logistic strategies of the enterprise.

### References

- 1 Alekseenko T. N., Smagulova K.S. *Logistics*, training manual, Karaganda: Karaganda University for Economics, 2000, 187 p.
- 2 *Logistics*, short course, edit. by I.V.Marusevec, Saint Petersburg: Peter, 2008, 192 p.
- 3 Mirotin L.B., Tashbaev Y.E., Kasenov A.G. *Logistics: customer service*, textbook, Moscow: INFRA-M, 2002, 190 p.
- 4 Sarkisov S.V. *Logistics Management*, training manual, Moscow: Delo, 2004, 368 p.
- 5 *Logistics*, textbook, edit. by B.A.Anikina, Moscow: INFRA-M, 2005, 368 p.
- 6 Nerush Yu.M. *Logistics*, textbook, Moscow: UNITY-DANA, 2003, 495 p.
- 7 Kuz'bozhev E.N., Tinkov S.A. *Logistics*, training manual, Moscow: KNORUS, 2004, 224 p.
- 8 Kovalev M. *logistics*, 2014, 3, p. 53–56.

С.Ш.Акенов

*Карагандинский университет «Болашақ»  
(E-mail: serik\_2006a@mail.ru)*

## **Приоритетные направления развития системы управления городским пассажирским транспортом**

В статье рассмотрены теоретико-методологические основы определения приоритетных направлений совершенствования системы управления городским пассажирским транспортом в современных условиях Казахстана. Определены основные критерии эффективности работы транспорта и основные направления совершенствования управления для территориальных транспортных систем. Установлено, что для дальнейшего совершенствования системы управления необходимо создание корпоративной информационной системы транспортной организации и формирование ее связи с общественными информационными ресурсами.

*Ключевые слова:* городской пассажирский транспорт, система управления городским пассажирским транспортом, транспортная инфраструктура.

Позитивные тенденции в экономике Казахстана и его стремление войти в число 30-ти развитых стран мира ставят перед государственным регулированием новые задачи. Для достижения конкурентоспособности в современной мировой экономике необходимо добиваться сбалансированного экономического развития в регионах и городах, являющихся центрами экономического роста в современной урбанизированной экономике.

Одним из важных направлений в развитии инфраструктуры города является обеспечение повышения эффективности и качества работы транспортной системы, в частности, обеспечение населения услугами в сфере перевозок.

Общеэкономические проблемы конца XX в., такие как падение платежеспособного спроса, инфляция, непропорциональный рост стоимости сырья, топливно-энергетических ресурсов, некоторых видов услуг, тотальные неплатежи значительно осложнили деятельность предприятий, в том числе и транспорта.

В области теоретических и практических проблем управления общественным транспортом проблема эффективности функционирования городского пассажирского транспорта (ГПТ) занимает весьма значимое место. Наблюдавшийся в последнее время рост стоимости всех видов ресурсов, снижение рентабельности работы транспорта привели к вынужденному повышению транспортных тарифов, а это является крайне нежелательным фактором, усиливающим инфляционные процессы в экономике.

Крупные транспортные системы, обеспечивающие потребности региона (в частности, пассажирский транспорт городов), характеризуются наличием нескольких видов транспортных средств, развитой базой организации перевозок и сложной многоуровневой системой управления. Сложность проблем управления транспортными системами приводит к необходимости их исследования с позиций системного анализа, обеспечивающего обоснованную декомпозицию изучаемой системы, возможность объективного выделения и рассмотрения целей и задач управления.

Использование методов системного анализа, прежде всего, предполагает выявление для исследуемого объекта управляющей системы, актуальной среды, а также определение видов конечного продукта системы.

Следует отметить, что особенностью транспортных систем являются их глубокая взаимосвязь и взаимодействие, что предопределяет необходимость рассмотрения при решении различных задач управления реально существующей иерархии транспортных систем [1, 2].

Управляющая система в общем случае состоит из трех основных структур управления: вышестоящих систем либо общественных интересов, органов координации и совокупности органов управления взаимосвязанными транспортными системами.

Общественные интересы определяются имеющейся законодательной и нормативной базой. Иногда вышестоящие системы выступают также в качестве централизованного источника ресурсов.

В развитых транспортных системах обычно существует возможность выбора нескольких вариантов транспортировки за счет наличия нескольких видов транспорта либо способов транспортировки одним видом транспорта. Это приводит к тому, что в процессе развития транспортных систем вопросы совершенствования координации управления функционированием транспорта приобретают возрастающую роль и значимость. В этой связи именно на органы координации целесообразно возлагать основные функции управления региональными транспортными системами, образуемыми различными видами транспорта.

Органы управления отдельным видом транспорта осуществляют функции управления с учетом имеющегося транспортного ресурса.

Органы координации должны представлять собой централизованный региональный орган управления, вырабатывающий координирующие воздействия, которые поступают на вход органов управления взаимосвязанными транспортными системами.

Объектом управления является совокупность взаимосвязанных видов транспорта, каждый из которых включает следующие основные элементы:

- инфраструктура (ИС), состоящая из транспортной сети, маршрутной сети, транспортных предприятий, транспортных средств (подвижного состава), ремонтных предприятий, организаций и служб и т.п.;
- функциональная структура, в рамках которой реализуется технология транспортировки, технология обслуживания перевозок, технология организации движения транспортных средств на маршрутной сети и т.п.

Инфраструктура обеспечивает все необходимые условия для нормальной деятельности функциональной структуры и всей транспортной системы в целом. Функциональная структура транспортной системы во многом определяется инфраструктурой.

Изучение актуальной среды для транспортных систем имеет очень большое значение в силу того, что актуальная среда формирует и определяет объективные потребности в перевозках.

Процесс производства продукта транспортной системы и процесс его потребления являются неразделимыми. Это предопределяет необходимость тщательного изучения потребности в перевозках, которые формируются в виде продукта актуальной среды. Основным продуктом актуальной среды можно представить в виде потенциальных корреспонденций между пунктами на транспортной сети, которые затем распределяются по маршрутной сети с учетом конкретной технологии функционирования транспортной системы.

Весьма важным для рациональной организации функционирования транспортной системы является определение процессов взаимодействия между управляющей системой, объектом управления и актуальной средой. Взаимодействие вышестоящих органов управления с органами управления отдельными видами транспорта осуществляется путем реализации воздействий по распределению транспортных ресурсов и анализа отчетной информации. В реализации этих процессов важную роль могут играть органы координации, которые обеспечивают согласование интересов транспортных предприятий и региональных интересов. Органы координации формируют свои воздействия на основе информации о функционировании взаимосвязанных транспортных систем и удовлетворении потребности актуальной среды. В свою очередь, органы управления взаимосвязанными транспортными системами осуществляют собственные функции управления с использованием информации, поступающей непосредственно от транспортных предприятий [1, 3, 4].

Рассматривая процессы взаимодействия между инфраструктурой и актуальной средой, следует отметить, что соответствие инфраструктуры и актуальной среды во многом предопределяет уровень практической реализации целей и задач, стоящих перед системой управления транспортом. Поэтому качественный анализ взаимодействия инфраструктуры и актуальной среды составляет одну из важнейших проблем управления транспортными системами. В общих чертах взаимодействие инфраструктуры и актуальной среды выглядит следующим образом. Актуальная среда формирует объективные потенциальные потребности в перевозках между взаимосвязанными пунктами на транспортной сети. Основной целью транспортной системы является достижение высокого уровня эффективного и качественного удовлетворения потребностей в перевозках. Условия реализации принятой технологии обслуживания определяются существующей инфраструктурой. Несоответствие возможностей инфраструктуры потенциальным потребностям в перевозках приводит к отказам в обслуживании.

Для улучшения функционирования транспортной системы важным является исследование характера взаимодействия органов координации с органами управления. Этот уровень управления транспортной системы можно рассматривать как иерархическую двухуровневую систему с частичным подчинением нижнего уровня центру.

В качестве интерпретации общей функциональной структуры управления транспортными системами рассмотрим систему городского пассажирского транспорта. Сформулируем наиболее общие цели и задачи управления городской транспортной системой и определим критерий качества управления транспортными системами. Следует отметить, что в настоящее время в рамках системы городского пассажирского транспорта схема функциональной структуры управления региональными транспортными системами реализована не в полном объеме. В частности, недостаточно развитыми являются органы координации. Это один из существенных резервов повышения эффективности управления функционированием всеми видами городского пассажирского транспорта.

В современных условиях региональные органы управления и органы координации для системы ГПТ представлены органами управления градообразующей сферы и транспортным департаментом городской администрации. Основная цель транспортных департаментов — рациональная организация функционирования и развития транспортных систем городов. Фактически она выражает необходимость рассматривать город как целостный единый социально-экономический организм. Реализацию этой цели можно осуществить путем управления всей градообразующей сферой, определяющей развитие транспортной системы и координации работы транспортных предприятий города с использованием рыночных механизмов. Необходимым условием эффективного функционирования транспортного департамента является создание системы комплексного программного планирования развития транспортной системы, которая предусматривает организацию анализа работы городского транспорта. Современный уровень решения этой задачи можно получить на основе единого банка данных, распределенной вычислительной системы и общей методологии, позволяющей решать полный цикл задач управления. Важнейшими задачами этого цикла являются сбор и анализ данных о движении транспорта, определение транспортной потребности населения и затем формирование документов, необходимых для выдачи лицензий на обслуживание маршрутов и совершенствование транспортной системы. При этом следует реализовать следующие основные функции: анализ функционирования маршрутов; анализ и выявление тенденций изменения пассажиропотоков на маршрутах; составление базовых расписаний движения; определение и анализ пассажиропотоков между транспортными районами города; формирование вариантов спецобслуживания; формирование вариантов совершенствования маршрутной сети. Контроль рынка транспортных услуг путем заключенных договоров на маршруты является одной из основных функций транспортных департаментов, поэтому весьма важно создание соответствующей информационной и программной системы поддержки решения этой задачи.

Органы управления транспортными системами представлены органами управления автомобильными предприятиями, электротранспортом, а также другими видами транспорта, если они имеются в городе. Эти службы, как правило, организационно слабо связаны друг с другом. Объектом управления в системе городского пассажирского транспорта являются транспортные предприятия.

Актуальной средой является город, в котором формируются потребности населения в передвижениях между районами города. Таким образом, основным элементом актуальной среды является население города, выступающее в качестве пассажиров системы ГПТ. Наличие в системе множества людей, которые, с одной стороны, выдвигают индивидуальные транспортные потребности, а с другой — учитывают возникающие на транспорте процессы обслуживания, обуславливают формирование «коллективного поведения» участников движения.

Потребности пассажиров системы (основной продукт актуальной среды города) могут быть описаны с той или иной степенью детальности потенциальными корреспонденциями между районами города. В процессе обслуживания потребностей населения города в передвижениях по наиболее благоприятным путям возможно возникновение перегрузок в обслуживании на некоторых участках маршрутной сети. В этом случае, при неизменном состоянии транспортных ресурсов и распределении подвижных средств, начинает происходить изменение способов передвижения пассажиров между районами города. Кроме того, если отказы в качественном обслуживании носят устойчивый характер, тогда формируется потребность в изменении одного, нескольких или всей маршрутной системы города.

Попытаемся теперь на основе приведенных рассуждений сформулировать цели и задачи управления системой ГПТ.

Глобальной целью управления системой городского транспорта является обеспечение высокого уровня обслуживания населения города пассажирскими перевозками на основе эффективного и координированного использования имеющихся транспортных ресурсов и в соответствии с общественными интересами. Следует подчеркнуть, что данное понятие глобальной цели практически полностью соответствует задачам органов координации.

Проанализируем более подробно функции управления, обеспечивающие выполнение целей системы. Наиболее полным циклом управления следует считать «прогнозирование» — «планирование» — «оперативное управление» — «контроль» — «учет» — «анализ» — «прогнозирование». Отметим, что функции оперативного управления, контроля, учета, анализа осуществляются в рамках автоматизированной системы диспетчерского управления. Функции прогнозирования в системе ГПТ слабо связаны с конкретно существующей и действующей системой управления. Они реализуются, как правило, на уровне градостроительных организаций и учреждений. Основными документами, определяющими развитие системы ГПТ, являются транспортные разделы генеральных планов развития городов и комплексные транспортные схемы городов.

Основными задачами прогнозирования развития системы ГПТ можно считать следующие: разработка оптимальной структуры системы ГПТ; балансировка транспортных возможностей и потребностей населения города в перевозках; определение пассажирских и транспортных корреспонденций на текущий момент и перспективу; определение перспективы совместного развития размещения объектов города и транспортной сети; прогноз пассажирских и транспортных потоков на маршрутной сети и т.д.

Функции планирования в настоящее время также реализуются не в достаточно полном объеме.

Таким образом, системный анализ целей транспортной системы позволяет выявить наиболее острые проблемы ее функционирования.

Определение целей системы управления транспортом позволяет перейти непосредственно к определению критериев эффективности работы транспорта и основных направлений совершенствования управления для территориальных транспортных систем. Тем самым могут быть определены основные элементы функционирования территориальной системы управления транспортом.

В качестве обобщенного измерителя (критерия) степени достижения транспортной системой глобальной цели с точки зрения координирующих органов территориального управления целесообразно использовать оценки обеспечиваемого уровня транспортного обслуживания. Другие критерии, характеризующие технико-экономические показатели деятельности отдельных транспортных организаций и систем в целом, носят более локальный характер и должны при этом учитываться как дополнительные критерии либо как ограничения.

Применительно к конкретным видам транспорта, например, системам городского транспорта, этот обобщенный критерий получает вполне определенное количественное выражение. Так, для маршрутизированного пассажирского транспорта в качестве критерия при измерении уровня транспортного обслуживания населения могут использоваться суммарные затраты времени населения на передвижения, включая затраты времени на пешие передвижения, подход к остановкам, ожидание, проезд, пересадки и движение от остановки до места назначения. Очевидны и недостатки этого критерия, заключающиеся в том, что за счет аддитивности, на некоторых направлениях могут быть весьма плохие характеристики обслуживания. Данный недостаток можно нивелировать, вводя ограничения на допустимые отклонения от среднего уровня обслуживания. Для улично-дорожной сети города и схем организации движения транспорта количественное выражение критерия можно получить, оценив суммарные затраты времени на перевозки и проезд для того или иного варианта улично-дорожной сети города, а также параметры безопасности движения.

Важной особенностью транспортных систем является то, что улучшение значений рассматриваемого критерия может быть достигнуто путем обеспечения возможно большего соответствия между распределением тех или иных транспортных ресурсов (по территории и во времени) по существующим потребностям в перевозках. Отражением этого являются, например, следующие широко распространенные требования к качеству функционирования транспортных систем:

- обеспечение соответствия параметров дорожной сети основным направлениям транспортных потоков;
- соответствие топологии сети маршрутов пассажирского транспорта основным направлениям пассажиропотоков;
- соответствие расписания движения пассажирского транспорта на маршрутах и схем организации движения изменениям во времени и по направлениям потоков пассажиров и транспорта.

Функциональная направленность управления по совершенствованию территориальной транспортной системы заключается в контроле над величиной приведенных критериев, анализе достигаемого транспортной системой уровня обслуживания и выработке управляющих воздействий для максимального сокращения разрыва между потребностью в перевозках и возможностями транспортной системы. Решение этих задач происходит путем получения, обработки и использования для принятия решений информации о трех основных группах параметров, определяющих любую территориальную транспортную систему. Прежде всего, это параметры потребностей (заявок на обслуживание), а также параметры инфраструктуры и функциональной структуры транспорта.

Например, в городском пассажирском транспорте к первой группе параметров относятся характеристики потоков пассажиров и транспорта. Вторую группу составляют параметры городских транспортных систем (в первую очередь их ресурсы: характеристики дорог, маршрутов, парк транспортных единиц и т.п.). Третья группа включает планы организации движения транспортных единиц пассажирского транспорта на маршрутах и т.п.

Транспортные потребности меняются во времени и по территории города, причем, как правило, имеют место систематические тенденции и периодические колебания по направлениям в течение года, сезона, месяца, недели, суток. В этих условиях уровень транспортного обслуживания определяется соответствием развития и реконструкции транспортных систем изменениям транспортных потребностей во времени и по территории. В свою очередь, для относительно краткосрочных периодов текущие оценки уровня транспортного обслуживания определяются соответствием периодических колебаний потребностей планам функционирования транспортных систем.

Из сказанного понятно, что качество управления транспортом в значительной мере определяется качеством информации о потребностях, т. е. полнотой, достоверностью и оперативностью получаемых данных о пассажиропотоках и транспортных потоках. Для получения такой информации необходима постоянно действующая автоматизированная система сбора, обработки, анализа и хранения параметров потребности в перевозках [5]. Сложность системы управления транспортом, обуславливает многоуровневую структуру информационных ресурсов. Эти ресурсы должны обеспечивать интеграцию разнородных сведений, характеризующихся разной степенью семантической полноты и применением различных видов моделей данных. В настоящее время такие системы могут быть реализованы с использованием интрасетей, на базе которых создается распределенная система информационных ресурсов. При создании такой интегрированной, распределенной информационной системы необходимо учитывать следующие особенности:

- децентрализация процессов сбора, накопления и обработки данных о различных информационных объектах (например, о маршрутных транспортных сетях, объектах приложения труда, перевозках и т.д.);
- высокая степень взаимосвязи решаемых в рамках системы управления транспортом задач;
- необходимость коллективного доступа к данным из территориально разнесенных мест;
- интерактивное взаимодействие пользователей с программами и данными.

Приведенные факторы указывают на то, что разрешение проблем совершенствования управления территориальными транспортными системами предполагает рассмотрение задач, типичных для современного этапа развития организационных систем. Это, прежде всего, создание корпоративной информационной системы транспортной организации и формирование ее связи с общественными информационными ресурсами; формирование развития коммуникационной инфраструктуры элементов организации; создание нормативной базы информационных ресурсов.

#### Список литературы

- 1 Бугроменко В.Н. Транспорт в территориальных системах. — М.: Наука, 1987. — 112 с.
- 2 Ваксман С.А., Гальперин А.И., Отдельнова Е.Е. Совершенствование работы пассажирского общественного транспорта в крупных городах // Проблемы больших городов: Обзорная информация. — М.: МГЦНТИ, 1989. — Вып. 21. — 24 с.
- 3 Варелопуло Г.А. Организация движения и перевозок на ГПТ. — М.: Транспорт, 1990. — 128 с.
- 4 Хмельницкий В.В. Организационно-экономический аспект управления муниципальным пассажирским транспортом (на примере г.Хабаровска): Автореф. дис. ... канд. экон. наук. — Хабаровск, 2006. — 24 с.
- 5 Романова Н.Г. Организационно-экономические основы управления городским пассажирским транспортом (на примере г.Магадана): Автореф. дис. ... канд. экон. наук. — Хабаровск, 2007. — 24 с.

С.Ш.АКЕНОВ

## **Қалалық жолаушылар тасымалдау көлігін басқару жүйесін дамытудың басымды бағыттары**

Мақалада Қазақстанның заманауи жағдайында қалалық жолаушылар тасымалдау көлігін басқару жүйесін дамытудың басымды бағыттарын анықтаудың теориялық-әдіснамалық негіздері қарастырылған. Көлік қызметінің тиімділігінің негізгі критерийлері мен территориялық көлік жүйелерін басқаруды жетілдірудің негізгі бағыттары анықталған. Басқару жүйесін одан әрі жетілдіру үшін көлік ұжымында корпоративті ақпараттық жүйе жасау қажеттілігі мен оның қоғамдық ақпараттық қорлармен байланысын қалыптастыруы ұсынылған.

S.Sh.Akenov

## **Priority directions of development of system of management of urbanpassenger transport**

The article describes the theoretical and methodological basis for determining the priorities of improving the system management of urbanpassenger transport in modern conditions of Kazakhstan. The main criteria of the efficiency of transport and the main directions for improving the management of regional transport systems. It was found that in order to improve the management system necessary to create a corporate information system of transport organization and formation of its communications with the public information resources.

### References

- 1 Bugromenko V.N. *Transport in the territorial systems*, Moscow: Nauka, 1987, 112 p.
- 2 Waksman S.A., Halperin A.I., Otdelnova E.E. *Problems of big cities*, overview, Moscow: MGTSNTI, 1989, 21, 24 p.
- 3 Varelopulo G.A. *Organization of traffic and transport in the ATG*, Moscow: Transport, 1990, 128 p.
- 4 Khmelnsky V.V. *Organizational-economic aspects of management of municipal passenger transport (by the example of Khabarovsk)*, abstract. ... candidate of economic sciences, Khabarovsk, 2006, 24 p.
- 5 Romanov N.G. *Organizational-economic bases of management of urban passenger transport (for example Magadan)*, abstract. ... candidate of economic sciences, Khabarovsk, 2007, 24 p.

---

# ӨНДІРІСТІК ЖҮЙЕЛЕРДІ ЭКОНОМИКАЛЫҚ-МАТЕМАТИКАЛЫҚ МОДЕЛЬДЕУ ЖӘНЕ БОЛЖАУ ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ СИСТЕМ

УДК 536

А.А.Бартош

*Московский государственный лингвистический университет, Россия  
(E-mail: aerointel@mail.ru)*

## **Модель управляемого хаоса в экономической сфере**

Автор дает определение модели управляемого хаоса в экономической сфере, предлагает ее состав и приводит основные системные характеристики. Рассматривает возможности применения модели для подрыва экономической безопасности России. Выделяет основные сферы экономики как объекты воздействия технологий управляемого хаоса. Раскрывает угрозы экономической безопасности России.

*Ключевые слова:* модель управляемого хаоса, гибридная война, характеристики, экономическая сфера, экономическая безопасность, угрозы, объекты.

Глобализация воздействует на все три ключевые сферы управления коллективной деятельностью людей: административно-государственное (политическое) управление; управление социально-экономической сферой; управление культурно-мировоззренческой сферой. В каждой сфере управления имеются ключевые области критичности, воздействие на которые способно оказывать сильное влияние на стабильное развитие отдельной страны.

### *Конфликты нового поколения — гибридные войны*

США в своем стремлении к мировому лидерству пытаются использовать глобальную нестабильность для ослабления стратегических конкурентов, прежде всего Китая, Европейского союза и России. Подрывные действия в сфере экономики являются важнейшей составляющей американской стратегии, которая в известной части базируется на разработке конфликтов и угроз нового поколения — гибридных войн и гибридных угроз [1].

Понятие «гибридная, или многомерная, война» объединяет широкий диапазон действий, осуществляемых противником с использованием военных и иррегулярных формирований с проведением одновременно по единому замыслу и плану операций по хаотизации экономики, сферы военной безопасности, культурно-мировоззренческой сферы, кибератак. Такой вид конфликта сочетает информационное, военное, финансовое, экономическое и дипломатическое воздействие на противника в реальном масштабе времени.

Гибридная война в сочетании с технологиями управляемого хаоса при организации цветных революций и некоторыми другими факторами способствует созданию глобальной критичности, которая подрывает фундаментальные основы существующего миропорядка. Механизмы усиления и эксплуатации критичности положены в основу концепции управляемого хаоса, используемой для хаотизации обстановки в стране-мишени. Сами механизмы в общем случае маскируются под меры по содействию демократии и рыночным реформам, повышению экономических стандартов и ресурсных потребностей, вытесняющих идеологию.

Технологии «управляемого хаоса» показывают свою высокую эффективность во всех упомянутых выше ключевых сферах управления коллективной деятельностью людей. В каждой из сфер име-

ются ключевые области критичности, воздействие на которые способно оказывать сильное влияние на стабильность отдельной страны.

### *Экономика как объект технологий управляемого хаоса*

В экономике как возможном объекте приложения технологий управляемого хаоса критичность может создаваться в каждой из четырех взаимосвязанных и взаимозависимых сфер: производстве, распределении, обмене и потреблении. С учетом предназначения и специфики функционирования каждой из сфер может быть подобран соответствующий «набор» подрывных технологий.

Так, весьма уязвимой для хаотизации представляется сфера производства, в которой осуществляется создание материальных и нематериальных благ. Материальные блага создаются в промышленности, строительстве, сельском хозяйстве, в добывающих и некоторых других отраслях. К сфере нематериального производства относят грузопассажирские транспортные перевозки, ЖКХ, образование, здравоохранение и т.д. Хаотизация может быть весьма эффективной в условиях недостаточного развития реального сектора экономики страны, высокой зависимости от критически важных зарубежных технологий. Серьезный экономический эффект могут иметь санкции, нацеленные на нанесение ущерба энергетическому и финансовому сектору экономики, а также оборонной сфере, машиностроению и добывающим отраслям промышленности. Во внутренней политике мощным источником напряженности могут служить нарушения принципов социальной справедливости в обществе в процессе распределения произведенных материальных благ. Такие нарушения могут быть спровоцированы коррупцией, сбоями в работе государственных учреждений, например, ЖКХ, органов соцзащиты населения или налоговых органов [2].

Деятельность сферы обмена в существенной степени базируется на финансах, которые представляют собой достаточно уязвимую часть экономики любого государства. Опыт развала СССР и цветных революций в ряде стран показывает, что хаотизация финансовой сферы обеспечивается использованием подконтрольных Западу международных валютно-финансовых организаций, введением целевых санкций в сферах производства и финансово-банковской, манипуляцией ценами на нефть и газ. К участию в санкциях в рамках блоковой дисциплины привлекаются союзники США по НАТО и Европейский союз. Так, например, все еще широкое использование в России доллара в финансовых расчетах создает объективные предпосылки для хаотизации финансовой системы. Другие санкции могут быть нацелены на ограничение доступа страны-мишени к международным финансовым рынкам, на более строгое применение правил ВТО и других торговых норм, отражающихся на экспорте.

И наконец, хаотизация процесса потребления может осуществляться, например, путем манипуляции ценами на продукцию, введением эмбарго на поставки критически значимых товаров. Анализ особенностей использования технологий управляемого хаоса для подрывной деятельности, направленной против государств-мишеней, показывает, что первоочередными целями для воздействия технологий хаотизации, наряду со сферой военной безопасности государства, является ее социально-экономическая сфера, в первую очередь, финансы, энергетика (добыча нефти и газа) и международные транспортные коммуникации.

В последние годы в качестве мощной антисистемной силы для хаотизации энергетической и транспортной сфер в национальном и международном масштабах используется исламский радикализм (главным образом, на Ближнем и Среднем Востоке, в Афганистане и Центральной Азии) [3]. В Европе подрывной арсенал средств хаотизации пополнился воинствующим национализмом и экстремизмом на Украине и в некоторых других странах.

Соединенные Штаты считают хаос «управляемым» и видят в нем новый инструмент продвижения своих национальных интересов в условиях глобальной критичности, под предлогом демократизации современного мира. Остальные страны, включая Россию, рассматривают этот процесс как всеобщее бедствие, способное привести к глобальной катастрофе.

### *Моделирование в условиях глобальной критичности*

Американскую стратегию использования критичности в национальных интересах США открыто обрисовал в 1998 г. один из разработчиков концепции управляемого хаоса Стивен Манн: «Я хотел бы высказать одно пожелание: мы должны быть открыты перед возможностью усилить и эксплуатировать критичность, если это соответствует нашим национальным интересам, — например, при уничтожении иракской военной машины и саддамовского государства. Здесь наш национальный интерес приоритетнее международной стабильности. В действительности, сознаем это или нет, мы

уже предпринимаем меры для усиления хаоса, когда содействуем демократии, рыночным реформам, когда развиваем средства массовой информации через частный сектор» [4; 7].

Подобное пренебрежение интересами отдельных стран всего международного сообщества стало одним из ключевых постулатов американской национальной стратегии и способствует нарастанию глобальной турбулентности и нестабильности. В некоторых случаях это провоцирует лавинообразный и неконтролируемый процесс драматических изменений в мире и отдельных государствах.

Одним из средств, способствующих успешному решению проблем, связанных с обеспечением стабильного и устойчивого развития национальной экономики в трудно предсказуемом мире, могут быть современные инструментальные средства поддержки принятия решений.

Для всестороннего и системного изучения концепции управляемого хаоса с целью выработки мер по противостоянию разрушительным механизмам ее возможного применения против Российской Федерации одним из таких инструментов может быть модель управляемого хаоса. Подобная модель позволяет осуществить символическое отображение одного или нескольких сценариев развития процесса управляемого хаоса и механизмов подрыва с его помощью экономики государства-мишени. Исследование такой модели может быть полезным для прогнозирования и стратегического планирования шагов по обеспечению экономической безопасности страны, для разработки мер по недопущению хаоса.

Реакция модели на внутренние и внешние воздействия является ответом на развитие экономических и политических ситуаций, возникающих в рамках выбранного сценария управляемого хаоса. Целевая функция модели управляемого хаоса состоит в приведении экономики страны-мишени к заранее определенному уровню, заданному авторами сценария. При этом под сценарием можно понимать «заранее подготовленный план осуществления чего-нибудь» [5; 781].

Под экономической ситуацией предлагается понимать конкретную обстановку в сферах производства, распределения, обмена и потребления, результат какого-либо этапа развития в одной из этих сфер или преддверие более или менее значительных событий в экономике в целом.

Сценарий управляемого хаоса в экономической сфере может включать описание возможного начала, развития, завершения и последствий действий всех участников: международных организаций, отдельных государств и их объединений, ключевых негосударственных субъектов. Такой набор различных по своей природе участников позволяет использовать при описании сценариев управляемого хаоса термин «гибридная, или многомерная, война» [6].

Моделирование разработанного сценария помогает определить те поворотные моменты, когда вовремя принятое решение еще может повлиять на ход событий, на развитие экономической ситуации в нужном направлении. Модель создается на основе анализа целей подрывных действий, их характера, соотношения политических, экономических и других возможностей сторон, состояния субъективных и объективных факторов, влияющих на развитие обстановки. При разработке сценария неизбежно возникают неопределенности, которые в большинстве случаев делают весьма непростой саму формулировку начальных условий, которые кладутся в основу деятельности модели.

Сценарий в развернутой форме показывает «возможные варианты будущих событий для их дальнейшего анализа и выбора наиболее реальных и благоприятных условий» [7; 126].

Особенности экономической сферы позволяют широко использовать и количественные оценки.

«Сценарий призван дать ответ на два вопроса: 1) как именно, шаг за шагом, может возникнуть та или иная гипотетическая ситуация? 2) какие возможности существуют на каждом этапе для каждого действующего лица для того, чтобы остановить процесс, изменить или ускорить его ход?» [8; 95].

#### *Модель управляемого хаоса*

Рассмотрение вопросов использования технологий управляемого хаоса в экономической сфере представляется целесообразным с использованием моделей как метода системного исследования.

Модель должна удовлетворять ряду требований, связанных с ее созданием и быть адекватной сложному явлению, которым является национальная или глобальная экономика. Общее предназначение модели управляемого хаоса, требования к ней и ее свойства изложены автором этой статьи в ряде работ [9–11].

Под моделью управляемого хаоса в сфере экономики предлагается понимать идеальный образ, аналог выбранного заказчиком сценария управляемого хаоса, воспроизводящий в символической форме комплекс мероприятий по усилению и эксплуатации критичности в экономической сфере страны-мишени. Такая модель представляет собой совокупность научно обоснованных системных

компонентов, необходимых для анализа способностей выбранного сценария обеспечить выполнение согласованных и взаимосвязанных действий по достижению поставленной цели.

Отметим, что при построении модели управляемого хаоса для отдельной страны важное место отводится фиксации зон пересечения интересов действующих субъектов глобальной экономики — «центров силы». Исследователи выделяют несколько современных «центров силы» (США, ЕС, Китай, Россия), пересечения экономических интересов которых оказывают существенное, а порой определяющее влияние на экономику конкретной страны [2, 3]. При этом такое влияние нередко носит дестабилизирующий характер, что требует фиксации в модели противоречащих (кризисных) точек по видам, группам и уровням и возможных вариантов их разрешения.

Схематически модель управляемого хаоса в экономической сфере может быть представлена следующим образом (рис.).

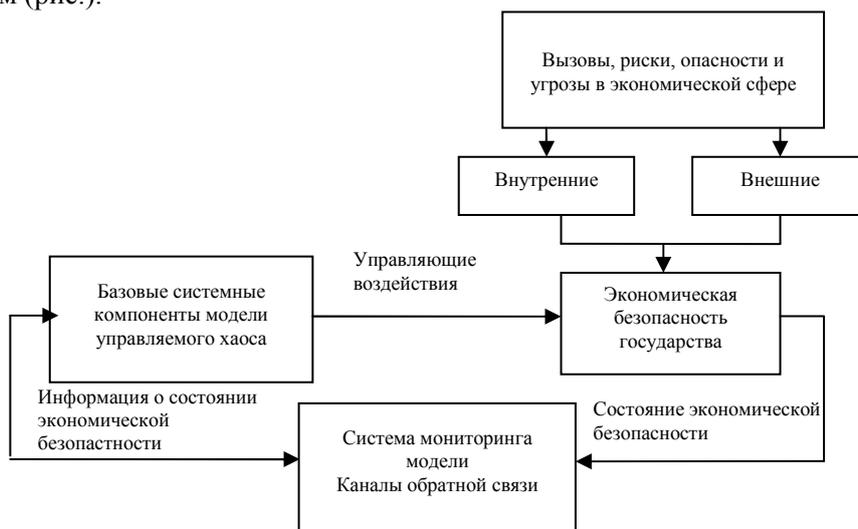


Рисунок. Модель управляемого хаоса в сфере экономики

Системное описание модели управляемого хаоса в сфере экономики удобно представить в виде матрицы системных характеристик, сравнение которых позволяет осуществить оптимизацию выбора модели. Такая матрица включает несколько системных компонентов, которые могут быть описаны характеристиками в рамках четырех основных измерений модели: статического, контрольного, динамического и прогнозного. Применительно к бизнес-модели подобная матрица рассмотрена Н.Д.Стрекаловой [12].

*Системные компоненты модели управляемого хаоса*

В контексте настоящей статьи матрица модели управляемого хаоса в сфере экономики позволяет дать описание набора взаимосвязанных системных компонентов, отражающих решения в области стратегии, структуры и сетевых связей модели. Общий вид матрицы системных характеристик применительно к модели управляемого хаоса в сфере экономики показан в таблице.

Приведенная матрица позволяет описать модель в обобщенном виде с помощью четырех системных элементов — функции, входа, выхода, процессора.

Целевая функция модели раскрывает предназначение модели и предполагает выработку рекомендаций (управляющих воздействий), направленных на повышение уровня конфликтности в экономической сфере страны-мишени, дестабилизации сфер производства, распределения, обмена и потребления. Функция определяет, что должно быть достигнуто в результате функционирования системы, однако не указывает, как это должно быть сделано.

На вход модели воздействуют различные факторы — вызовы, риски, опасности и угрозы, формируемые в рамках сценария развития обстановки и ситуациями, возникающими при функционировании модели в соответствии со сценарием.

На выходе между различными уровнями управления модели реализуются задачи обмена информацией, контроля, управления и обратной связи.

**Матрица системных характеристик модели управляемого хаоса  
в сфере экономики отдельной страны**

Системные характеристики		Измерение системных характеристик			
		Статическое	Контрольное	Динамическое	Прогнозное
1. Функция и цели модели					
2. Масштаб модели — национальный					
3. Процессор	4.1. Алгоритм				
	4.2. Базовые ресурсы				
	4.3. Катализатор				
	4.4. Человеческие ресурсы				
Степень влияния на экономику страны-мишени в сферах производства, распределения, обмена и потребления.					
5. Степень влияния на сеть союзов и партнерских связей в сфере экономики					
6. Система мониторинга обстановки в сфере экономики					

Процессор как важная системная характеристика модели обеспечивает сопоставление текущего состояния экономических сфер с заданным уровнем. Особенности процессора модели и ее алгоритма как важнейшей системной характеристики рассмотрены автором в ряде работ [9–11].

Функционированию алгоритма как важной системной характеристики модели применительно к использованию технологий управляемого хаоса в ходе цветных революций посвящена статья [9]. Алгоритм непосредственно связан с функциями управления и разработки решений и обеспечивает реализацию сценария за счет выполнения четко определенной последовательности действий.

Использование возможностей моделирования (включая компьютерные модели) применения технологий управляемого хаоса в рамках комплексного воздействия на жизненно важные сферы государства-мишени открывает новые возможности для переформатирования объекта к нужному для организаторов состоянию. Системный характер воздействия, комплексное применение по единому замыслу политических, экономических, идеологических способов воздействия, использование компьютеров для оперативного анализа развития обстановки позволяют создавать лавинообразный процесс изменений, которые могут осуществляться в сжатые сроки. Такая совокупность технологий при создании необходимой концентрации и интенсивности воздействия при их применении против Российской Федерации формирует существенную угрозу для нашей страны.

Ограниченная системная конфронтация между Россией и США займет, по-видимому, не один десяток лет (по некоторым оценкам, она может продлиться, как минимум, до середины следующего десятилетия). В конечном итоге, ожидается существенное ослабление одной из сторон и установление новых правил взаимоотношений. В течение всего этого периода Вашингтон будет рассматривать Россию как противника и продолжит попытки наказывать, сдерживать и ослаблять ее с использованием всего современного арсенала средств «жесткой» и «мягкой» силы. Подобное противостояние требует мобилизации значительных ресурсов нашего государства.

Для противостояния используемой против России модели управляемого хаоса в экономической сфере нужна национальная система обеспечения экономической безопасности и управления развитием страны. О неотложности решения этой проблемы говорит академик РАН С.Ю.Глазьев: «По-видимому, исторический выбор уже состоялся: курс руководства России на восстановление суверенитета и евразийскую интеграцию вызвал агрессию правящих кругов США против РФ путем захвата ими контроля над Украиной и превращения ее в плацдарм для развертывания мировой гибридной войны, ведущейся Вашингтоном с целью удержать мировое лидерство в нарастающей конкуренции с Китаем. Россия избрана американскими геополитиками в качестве направления главного удара в силу сочетания объективных и субъективных обстоятельств» [6].

Использование модели управляемого хаоса в сфере экономики является важнейшей составляющей американской стратегии, которая в известной части базируется на разработке конфликтов и уг-

роз нового поколения — гибридных (или многомерных) войн и гибридных угроз. Противодействие попыткам нанести ущерб российской экономике должно осуществляться с учетом комплекса внешних и внутренних угроз экономической безопасности Российской Федерации.

Внешние угрозы связаны с эскалацией международной напряженности, которая сопровождается резким усилением военно-силовой составляющей в действиях США и НАТО. При этом Запад сочетает информационное, военное, финансовое, экономическое и дипломатическое воздействие на противника в реальном масштабе времени.

Нейтрализация внутренних угроз требует внесения существенных корректив в национальную макроэкономическую политику, развития производственных отраслей экономики, пересмотра финансовой политики.

Научно обоснованному и системному изучению жизненно важных проблем и выработке решений может способствовать использование возможностей моделирования сложных процессов мировой политики и экономики.

### Список литературы

- 1 Бартош А.А. Гибридные войны в стратегии США и НАТО. Как обеспечить национальную безопасность России в условиях нетрадиционных угроз и вызовов // Независимое военное обозрение. — 2014. — 10 окт.
- 2 Глобальные вызовы XXI века — геополитический ответ России: Монография / Под ред. акад. И.И.Халеевой — М.: ФГБОУ МГЛУ, 2012. — 318 с.; Делягин М. — Г.: ЖКХ, тарифы, реформа и революция. — [ЭР]. Режим доступа: <http://newsland.com/news/detail/id/1441071>
- 3 Блейк Маршалл. Россия, Украина и экономическая политика США. — The National Interest, США — 13. 10. 2014. — [ЭР]. Режим доступа: [inosmi.ru/world/20141013/223627097.html](http://inosmi.ru/world/20141013/223627097.html) (дата обращения: 12. 11. 14).
- 4 Mann Steven R. The Reaction to chaos. — [ЭР]. Режим доступа: <http://www.dodccrp.org/html4/bibliography/comch06.html> P. 7 (дата обращения: 18. 11. 2014).
- 5 Ожегов С.И. Словарь русского языка: 70 000 слов / Под ред. Н.Ю.Шведовой. — 21-е изд. перераб. и доп. — М.: Рус. яз., 1989.
- 6 Глазьев С.Ю. Выход из хаоса. — Ч. I. Военно-промышленный курьер. — 2014. — 12 нояб. — № 42 (560). — [ЭР]. Режим доступа: <http://vprk-news.ru/articles/22623> (дата обращения: 19. 11. 14).
- 7 Курносоев Ю.В. Азбука аналитики. — М.: РУСАКИ, 2013.
- 8 Шейдина И.Л. США: Фабрики мысли на службе стратегий. — М.: Наука, 1973.
- 9 Бартош А.А. Модель адаптивного применения силы в цветных революциях. Российский институт стратегических исследований. Проблемы национальной стратегии. — 2014. — № 6 (27).
- 10 Бартош А.А. Модель управляемого хаоса в сфере обеспечения военной безопасности // Вестник Академии военных наук. — 2014 — № 1 (46).
- 11 Бартош А.А. Модель управляемого хаоса в культурно-мировоззренческой сфере // Вестн. Моск. гос. лингвистического ун-та. — 2014. — Вып. № 23 (709).
- 12 Стрекалова Н.Д. Бизнес-модель как полезная концепция стратегического управления // Проблемы современной экономики. — 2009. — № 2 (30).

А.А.Бартош

### Экономикалық саладағы басқарылатын ретсіздік үлгісі

Автор экономикалық саладағы басқарылатын хаос үлгісіне анықтама берген. Оның құрамын талдап, негізгі жүйелі сипаттамасын ұсынған. Бұл үлгінің ресей экономикасының қауіпсіздігіне нұқсан келгенде қолдану мүмкіндігі қарастырылған. Басқарылатын хаос технологиясының ықпал ететін нысаны ретіндегі экономиканың негізгі салалары бөлініп көрсетілген. Ресейдің экономикалық қауіпсіздігіне ықпалы жан-жақты зерттелген.

A.A.Bartosh

**Model of controlled chaos in economic sphere**

In the article the author gives the definition of a «Model of Controlled Chaos in Economic Sphere», considers the composition of the model and gives the main characteristics, studies the possible ways of use the model to undermine Russian economic security, names the main economical spheres as the objects of influence of technologies of Controlled Chaos, studies the threats to economic security of Russia.

## References

- 1 Bartosh A.A. *Independent military review*, 10. 10. 2014.
- 2 *Global challenges of the twenty-first century geopolitical response of Russia: monograph*, under the editorship of academician I.I.Halevai, Moscow: EIH HAZE, 2012, p. 318; Delyagin M. G.: *Housing and communal services, tariffs, reform and revolution*, [ER]. Access mode: [http // newsland. com / news / detail / id / 1441071](http://newsland.com/news/detail/id/1441071)
- 3 Blake Marshall. *The National Interest*, United States, 13. 10. 2014, [ER]. Access mode: [http // inosmi. ru / world / 20141013 / 223627097. html](http://inosmi.ru/world/20141013/223627097.html) (date accessed: 12. 11. 14).
- 4 Mann Steven R. *The Reaction to chaos*, [ER]. Access mode: [http // www. dodccrp. org / html4 / bibliography / comch06. html](http://www.dodccrp.org/html4/bibliography/comch06.html) P. 7 (date accessed: 18. 11. 2014).
- 5 Ozhegov S.I. *Dictionary of Russian language: 70,000 words* / ed. by N.Y.Shvedova, 21-e Vol. revised and enlarged extra, Moscow: Russian language, 1989.
- 6 Glazyev S.Yu. *The output from chaos*, Part I, Military-industrial courier, 42 (560) 12 November 2014, [ER]. Access mode: URL: [http // vpk- news. ru / articles / 22623](http://vpk-news.ru/articles/22623) (date accessed: 19. 11. 14).
- 7 Kurnosov Yu.V. *ABC analysts*, Moscow: RUSSAKI, 2013.
- 8 Sheydina I.L. *USA: Think tanks in the service strategies*, Moscow: Nauka, 1973.
- 9 Bartosh A.A. *Problems of national strategy*, 2014, 6 (27).
- 10 Bartosh A.A. *Bulletin of the Academy of military Sciences*, 2014, 1 (46).
- 11 Bartosh A.A. *Vestnik of Moscow state linguistic University*, 2014, 23 (709).
- 12 Strekalova N.D. *Problems of modern Economics*, 2009, 2 (30).

А.М.Иманбекова

*Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букетова  
(E-mail: imanbekova2006@mail.ru)*

## **Пути обеспечения метанобезопасности и перспективы промышленной добычи метана из угольных пластов**

В статье освещаются проблемы эксплуатации угольных шахт на современном этапе обеспечения безопасности горных работ. Отмечается, что в технологических схемах подготовки и отработки выемочных участков на шахтах должны быть предусмотрены новые модули безопасности, включающие ряд элементов. Подчеркивается, что в последние 30 лет с целью дегазации угольных пластов и утилизации газа для промышленных нужд предпринимаются попытки заблаговременного извлечения метана через вертикальные и горизонтальные скважины. Описываются организационные пути решения проблем извлечения и использования угольного метана в ожидаемой перспективе.

*Ключевые слова:* очистной забой, производительность, шахта, метан, модули безопасности, дегазация, утилизация, нетрадиционные источники.

### *Проблемы эксплуатации угольных шахт на современном этапе*

Современные проблемы эксплуатации угольных шахт выдвигают задачу сочетания максимальной производительности с обеспечением достаточности мероприятий по безопасности горных работ при подготовке и отработке выемочных участков. Высокой рентабельности достигают шахты с точной производительностью не менее 10–15 тыс. т угля. Оптимальной в части концентрации горных работ, стабильной нагрузки на очистной забой и достижения высокой производительности является технология по схеме «шахта — лава».

Известно, что эффективное и безаварийное функционирование на шахте схемы с одним очистным забоем возможно в благоприятных горно-геологических условиях. Однако условия залегания пластов на шахтах Угольного департамента (УД) АО «АрселорМиттал Темиртау» (8 шахт) характеризуются сложными геодинамическим и газодинамическим состояниями. Поэтому для реализации концептуальных технологических схем «шахта — лава» в условиях подготовки и интенсивной отработки угольных пластов на шахтах Карагандинского бассейна должны быть выполнены исследования и разработки по прогнозу, контролю и управлению горным и газовым давлением на выемочном участке.

Так, выявлено, что для дальнейшего обеспечения безопасности горных работ при внедрении вариантов технологических схем «шахта — лава» и снижения риска геодинамических явлений при интенсивной разработке пластов необходим детальный горно-геологический прогноз с выделением тектонически напряженных (ТНЗ) и тектонически разгруженных зон (ТРЗ) на шахтных полях и выемочных участках.

С точки зрения обеспечения безопасности горных работ на высокогазоносных пластах шахт УД АО «АрселорМиттал Темиртау» актуальна проблема метана. Прогнозное газовыделение из разрабатываемого пласта на ряде шахт может достигать критических значений, и производительность очистных забоев лимитирована по фактору вентиляции. Газовый фактор является одним из главных препятствий на пути увеличения нагрузки на очистной забой. Без кардинального снижения газообильности горных выработок, и в первую очередь разрабатываемого пласта, обеспечить нагрузку, предусмотренную в технологических схемах «шахта — лава», не представляется возможным. Поэтому в технологических схемах подготовки и отработки выемочных участков предусмотрены новые модули безопасности, включающие ряд следующих элементов [1; 22]:

- управление геодинамическим состоянием массива на основе результатов геодинамического районирования;
- управление геомеханическим состоянием в горных выработках (выбор крепи, активные методы управления горным давлением);
- управление газовыделением (вентиляция и дегазация);

- управление удароопасным и газодинамическим состоянием;
- порядок и контроль горных работ в опасных зонах.

К главным из применяемых средств оценки геодинамического состояния относятся метод геодинамического районирования, сейсмотектонический анализ, геолого-структурный анализ, шахтные наблюдения и комплексный мониторинг измерений напряженного состояния.

Результаты геодинамического районирования служат основой для реализации в условиях шахт УД АО «АрселорМиттал Темиртау» элемента многофункциональной системы безопасности в части предотвращения условий возникновения различных видов опасностей геодинамического характера, регионального контроля состояния горного массива и прогноза внезапных выбросов и горных ударов на разных масштабных уровнях: участок месторождения — шахтное поле — выемочный блок — выемочный участок — очистной забой.

Результаты геодинамического районирования позволяют при проектировании порядка отработки пластов в свите и планировании выемочных участков в пределах шахтного поля учитывать расположение границ тектонически напряженных и тектонически разгруженных зон (ТНЗ и ТРЗ) и подготавливать выемочные столбы преимущественно по направлению действия главных горизонтальных напряжений.

Детальный горно-геологический прогноз для условий шахт УД АО «АрселорМиттал Темиртау» с выделением на выемочном поле границ опасных зон позволяет произвести выбор варианта технологической схемы, длины лавы, горного оборудования и комплекса превентивных профилактических мероприятий по предупреждению аварийных ситуаций при очистной выемке пласта.

В модуле очистных забоев предполагаются мероприятия с учетом складывающихся фактических (горно-геологической, газодинамической и геодинамической) ситуаций на отдельных участках лавы. Модуль управления геомеханическим состоянием массива содержит различные варианты технологии как упрочнения, так и разупрочнения пород кровли, в том числе в процессе ведения горных работ при отработке удароопасных пластов.

Модуль управления газовыделением состоит из схем вентиляции и дегазации и предполагает применение одного из предложенных для этих конкретных условий вариантов.

С целью информационной поддержки контроля и управления технологическими и производственными процессами на шахтах УД АО «АрселорМиттал Темиртау» применяется многофункциональная система безопасности.

С учетом данных прогноза и требований безопасности выбираются технологическая схема подготовки, параметры лавы и горное оборудование в увязке с комплексом систем и средств по контролю за состоянием выработок и профилактическим состоянием и мерами на основе многофункциональной системы безопасности. Применение такого технологического подхода в концепции «шахта — лава» позволило в горно-геологических условиях шахт УД АО «АрселорМиттал Темиртау» повысить технико-экономические показатели и снизить уровень травматизма шахтеров.

#### *Выбросы угля и газа в рабочее пространство шахт как причина высокой аварийности в угольной отрасли*

В последние годы высокая аварийность на предприятиях угольной промышленности связана с непредсказуемыми выбросами угля и газа в рабочее пространство шахт. Это явление продолжается десятилетиями и приводит к гибели большого числа шахтеров.

Выброс угля и пород зависит от их состава, степени нарушенности, газоносности и других факторов. Он происходит начиная с глубин 150–300 м, по мере роста горного давления. Наиболее выбросоопасны угольные пласты в Карагандинском бассейне. На шахтах выбросоопасность устанавливается на основе учета ранее происшедших внезапных выбросов и посредством прогноза [2; 87, 88].

Различают:

- региональный прогноз выбросоопасности, основанный на геологической разведке, анализе геологической обстановки в пределах месторождения, района или шахтного поля;
- локальный прогноз в процессе ведения горных работ.

Признаки выбросоопасности:

- увеличение горного давления;
- повышенная газоносность углей и пород;
- пониженная их плотность;

- неоднородность структуры;
- тектонические нарушения.

Наиболее часто выбросы происходят на углях средних стадий метаморфизма.

Как показывает практика работы шахт Карагандинского бассейна, по мере увеличения глубины залегания угольных пластов геологические условия в шахтах усложняются, возрастает горное давление, увеличивается напряженное состояние, которое приводит к снижению проницаемости, увеличивается газоносность угольных пластов, значительно возрастает опасность внезапного выброса угля и газа, следовательно, растет себестоимость дегазации, возникает все больше трудностей в управлении процессом.

Существует множество гипотез, объясняющих причины неожиданных выбросов угля и газа в рабочее пространство шахт, однако ни одна из них не раскрывает «спусковой» механизм этого явления.

*Обобщение мировой практики дегазации угольных пластов и  
утилизации газа для промышленных нужд*

В будущем потребность в повышении производительности шахт и снижении затрат на добычу угля, который мог бы конкурировать с другими источниками тепловой энергии, вынудит шахты интенсифицировать процессы угледобычи.

Интенсификация процессов угледобычи в шахтах расширит объемы разгружаемого от горного давления угленосного массива, что приведет к существенному росту объемов выделяющегося из источников метана. В этих условиях приоритетными следует считать мероприятия, направленные на перераспределение метановых потоков между вентиляционной и дегазационной системами шахт, с крутым креном в сторону последней. Объемы каптируемого метана, естественно, возрастут, и появится возможность для широкой утилизации метановоздушных смесей [3, 4].

Как показывает мировой опыт, в последние 30 лет с целью дегазации угольных пластов и утилизации газа для промышленных нужд предпринимаются попытки заблаговременного извлечения метана через вертикальные и горизонтальные скважины. Однако, по оценке представителя «Американского агентства по защите окружающей среды» Ф.Руиз, во всех странах, добывающих метан из угольных пластов, отмечается огромное количество малодебитных или простаивающих скважин без притока метана.

По причине нерентабельности добычи с помощью традиционных технологий корпорация Chevron (США) «разошлась с метаном навсегда».

В Индии по тем же причинам многие компании прекратили работу и вернули выделенные участки государству.

В Китае, по состоянию на конец 2013 г., из 13 тыс. пробуренных вертикальных и горизонтальных скважин добывается всего 2,7 млрд м<sup>3</sup> газа, а путем обычной вакуумной дегазации из 13048 шахт извлекается 10 млрд м<sup>3</sup> метана. Из-за нерентабельности только в 2-х провинциях — Шаньси и Шэньси — в конце 2013 г. было выведено из эксплуатации 2000 скважин.

По оценке китайских специалистов, на каждый направленный в дотации 1 млрд юаней возвращается только 400 млн [5; 28].

Проблема нерентабельности скважин, как представляется, заключается в том, что механический перенос традиционных технологий, применяемых в нефтегазовой промышленности, для добычи метана совершенно не обоснован. Как правило, проекты по добыче метана рассчитаны на 10–20 лет, без каких-либо гарантий дегазации угольных пластов хотя бы до безопасных уровней. Как результат, возникает нездоровый механизм согласований между добычей угля и добычей метана. Предприятия, добывающие уголь, требуют максимальной дегазации в максимально короткие сроки. Однако ни того, ни другого традиционные технологии, как правило, обеспечить не могут.

Сравнительный анализ специфики добычи угольного газа метана и природного газа (рис.) свидетельствует, что геолого-технические, гидрологические, геомеханические, физические, петрографические особенности и сама методика извлечения метана из угольных пластов настолько отличаются от традиционной добычи природного газа, что предлагаемые методы, заимствованные из нефтегазовой промышленности, в большинстве своем оказались малоэффективными.

Традиционный газ	Угольный метан
Не содержится во вмещающих породах. В коллекторе присутствует газо-водяной контакт (ГВК)	Содержится во вмещающих породах. В коллекторе отсутствует ГВК
Сконцентрирован в макропорах (1 микрон — 1 мм)	Сорбирован углем, породой, адсорбирован на поверхности микропор (5–50 Ангстрем)
Отношение газ/вода со временем уменьшается	Отношение газ/вода со временем растет
Содержание газа определяют по каротажу	Содержание угольного метана определяется по керну
Для интенсификации притока газа могут применяться ГРП, ПИВ и кислотные ванны	Кислотные ванны недопустимы, ГРП применяется при необходимости, применение ПИВ обязательно
Газонасыщенность не зависит от степени метаморфизма	Метанонасыщенность зависит от степени метаморфизма
Проницаемость не зависит от напряженного состояния горных пород	Проницаемость сильно зависит от напряженного состояния горных пород
Интерференция скважин негативно влияет на добычу газа и недопустима	Интерференция скважин обязательна для максимального извлечения метана
Приток газа в скважину происходит с нарушением закона Дарси из-за сильного напора и высокой скорости фильтрации	Приток метана в скважину происходит по закону Фика, а отбор — по закону Бойля-Мариотта из-за слабого напора и низкой скорости фильтрации

Рисунок. Основные характеристики технологий добычи газа (данные работы [5; 28])

Количество скважин, например в Китае, без притока метана либо малодобитных, как вертикальных, так и горизонтальных, превышает 70 % [5; 29].

Обращает на себя внимание тот факт, что эффективность разрекламированных горизонтальных скважин, полностью зависит от проницаемости угольных пластов. В частности, по оценке иностранных специалистов, при проницаемости пластов менее 1 мД (миллидарси) бурение таких скважин совершенно бесперспективно.

Возникла острая необходимость в разработке новых технологий для дегазации угольных пластов. Следует отметить, что методику извлечения метана можно отнести к междисциплинарной науке. Следовательно, и методы его добычи должны быть нетрадиционными. Для этого очень важно постараться понять «запускающий механизм» неожиданных выбросов метана и научиться предотвращать или, по крайней мере, снижать условия возникновения неожиданных выбросов.

#### *Опыт решения проблем угольного метана на шахтах Карагандинского бассейна*

Авторами статьи [6; 43] рассматриваются две проблемы угольного метана — метанобезопасность и перспективы промышленной добычи метана из угольных пластов.

Эти проблемы соприкасаются в области технологий заблаговременной подготовки шахтных полей к безопасной и эффективной отработке скважинами с поверхности. Решение этих проблем во многом заключается в технологическом умении управлять свойствами и состоянием углегазонасного массива различными инженерными способами.

Проблему обеспечения метанобезопасности авторы статьи предлагают рассмотреть на примере Карагандинского угольного бассейна. На шахтах бассейна применялись и применяются в настоящее время более 30 различных способов и схем дегазации. Это дегазация выработанного пространства скважинами с поверхности, заблаговременная дегазация неразгруженных угольных пластов, пластовая дегазация из подземных выработок, скважины в купола обрушения, применение газодренажных выработок, извлечение метана из-за перемычек и многие другие. Традиционно серьезный подход к состоянию дегазации в бассейне привел к тому, что эффективность дегазации на шахтах бассейна стабильно находится на высоком уровне.

В Карагандинском угольном бассейне накоплен уникальный опыт концентрации работ по дегазации в управлении «Спецшахтомонтаждегазация» (УСШМД), которое было создано в 1970 г. и предназначалось для выполнения и научно-практического обоснования параметров дегазационных работ. Благодаря технически грамотной инженерной политике в практику работы шахт была введена комплексная дегазация подготавливаемых к разработке угольных пластов и выемочных участков, эффективность которой достигает 60–80 %.

Работы по заблаговременной дегазационной подготовке (ЗДП) шахтных полей с использованием скважин с поверхности начались в Карагандинском бассейне в 1963 г., и с тех пор по этой технологии были дегазированы угольные пласты более чем на 10 шахтных полях бассейна (№ 22 — им. 50 ЛОР, им. Костенко, «Саранская», «Сокурская», Чурубай–Нурина, им. Калинина, им. Ленина, «Казахстанская» и др.). Накопился большой технологический опыт обработки углегазонасного массива более чем на 150 скважинах.

Целесообразность проведения ЗДП не всегда была очевидна. На многих шахтах других бассейнов она не очевидна и сегодня. В первую очередь это связано с достаточно большими капиталовложениями, которые могут окупиться лишь через 3–5–10 и более лет. Кроме того, вызывала сомнение надежность достижения необходимой эффективности. Это связано с тем, что скважины по экономическим соображениям бурятся на расстоянии 250–300 м друг от друга и между ними могут оставаться необработанные и, следовательно, недегазированные участки пласта. Особенно опасно это с позиций обеспечения выбросоопасности.

В настоящее время на эти вопросы в Карагандинском угольном бассейне получены определенно положительные ответы.

*Приоритетные направления решения проблем извлечения  
и использования метана угольных шахт Карагандинского бассейна*

Проведенное нами исследование показывает, что в перспективе решение проблем извлечения и использования метана шахт УД АО «АрселорМиттал Темиртау» возможно следующими организационными путями:

- отбор и ранжирование шахт по газообильности для обеспечения этапности ввода единого технологического процесса добычи и использования угольного метана;
- разработка по каждой шахте инвестиционных проектов извлечения и использования метана с ориентацией на окупаемость затрат не более чем в 2–3 года. Разработка бизнес-планов применения единой технологии извлечения и использования метана с целью привлечения различных источников к финансированию работ;
- создание специализированных, с новыми рабочими местами хозрасчетных структур, обеспечивающих проектирование и выполнение работ по всему циклу извлечения и коммерческого использования шахтного метана;
- выполнение по единому плану и под единым научным руководством комплекса НИОКР в области совершенствования извлечения и использования метана на шахтах, а также работ перспективного характера по извлечению метана из угольных пластов и его транспортировке до мест потребления, отдавая предпочтение предприятиям вблизи шахт.

Ориентировочные сроки реализации проектов составят от 2 до 5 лет. При этом надо иметь в виду, что «Национальная стратегия устойчивой энергетики будущего Казахстана до 2050 года» призвана вывести энергетику страны на уровень поставщика энергии в страны евразийского содружества, используя огромные запасы традиционных и нетрадиционных энергоносителей и выгодное географическое положение. В свете реализации данной Программы и Стратегии «Казахстан-2050» учеными КазНАЕН предложен ряд программ по развитию технологий использования нетрадиционных источников энергии — метана угольных пластов, горючих сланцев и других [7; 4].

В частности, примером может служить реализуемый проект «Метан Караганды» с разработкой технологических регламентов бурения вертикальной скважины, переходящей в наклонно-горизонтальную, на Галдыкудукском участке Карагандинского угольного бассейна. Учеными КазНАЕН совместно с ТОО «ГалдыкудукГАЗ» получен первый опытный газ уже по новой технологии и совместно с Министерством энергетики РК разработана «дорожная карта» по разведке и добыче метана Карагандинского угольного бассейна.

На угольном месторождении «Сарыадыр» Ерейментауского района Акмолинской области ученые КазНАЕН совместно с ТОО «Институт химии угля и технологии» и ТОО «ОН-ОЛЖА» строят опытно-промышленный комплекс по переработке угля, его газификации. Здесь также планируется создание опытно-промышленных участков по брикетированию угольной пыли, производству гуматов калия, выработке электрической и тепловой энергии, биогаза, синтезу дизельного топлива по Фишеру–

Тропшу, получению сплавов металлов из углей Казахстана. На этой площадке будет отработана технология газификации угля для ТЭЦ Караганды, Астаны и других крупных городов страны.

### Список литературы

- 1 Ютяев Е.П. Обеспечение безопасности при интенсивной разработке пластов на шахтах ОАО «СУЭК — Кузбасс» // Горная промышленность. — 2015. — № 1 (119). — С. 18–22.
- 2 Голицын М.В., Макарова Е.Ю., Пронина Н.В. Методика поисков и разведки угольных месторождений: Учеб. пособие. — М.: КДУ, 2009. — 132 с.
- 3 Каренов Р.С. Приоритеты стратегии индустриально-инновационного развития горнодобывающей промышленности Казахстана: Монография. — Астана: Изд-во КазУЭФМТ, 2010. — 539 с.
- 4 Каренов Р.С. Эколого-экономическая и социальная эффективность геотехнологических методов добычи полезных ископаемых: Монография. — Караганда: Изд-во КарГУ, 2011. — 366 с.
- 5 Агеев Н.П., Агеев П.Г., Десяткин А.С., Елсуков Г.А. Технология плазменно-импульсного воздействия — нетрадиционный подход к дегазации угольных пластов // Горная промышленность. — 2015. — № 1 (119). — С. 28–33.
- 6 Пучков Л.А., Слатунов С.В., Президент Г.М., Баймухаметов С.К. Угольный метан — некоторые проблемы и направления их решения // Уголь. — 2003. — № 12. — С. 43–48.
- 7 Бектурганов Н. Глобальным вызовам — нестандартный ответ // Казахстанская правда. — 2015. — 18 апр. — С. 4.

А.М.Иманбекова

### Метан қауіпсіздігін қамтамасыз ету жолдары және метанды көмір қабаттарынан өнеркәсіптік өндіру болашағы

Мақалада кен жұмыстарының қауіпсіздігін қамтамасыз етудің қазіргі кезеңінде көмір шахталарын пайдалану мәселелері қарастырылған. Шахталардағы көмір алу учаскелерін даярлау мен өндірудің технологиялық сызбасында бірқатар элементтерден тұратын қауіпсіздікті қамтамасыз етудің жаңа модулі қарастырылуы тиіс екендігі айтылған. Соңғы 30 жылда көмір қабаттарын газсыздандыру және өнеркәсіп мақсаттарына арналған газды пайдалану үшін тік және көлбеу ұңғылар арқылы метанды алдын ала алуға ұмтылып жасалғандығы көрсетілген. Жақын болашақта көмір метанын алу және пайдалану мәселелерін шешудің ұйымдық жолдары суреттелген.

A.M. Imanbekova

### The ways to ensure methane security and the prospects of industrial production of methane from coal seams

The main problems of exploitation of coal mines at the present stage of safety of mining operations. In this article is noted that in technological schemes of preparation and mining sections in the mines should be provided for new security modules comprising a number of elements. In this article is emphasized that in the past 30 years for the purpose of degassing of coal seams and gas utilization for industrial purposes attempts PMD through vertical and horizontal wells. In this article is emphasized that in the past 30 years for the purpose of degassing of coal seams and gas utilization for industrial purposes attempts preliminary extraction of methane through vertical and horizontal wells. The article describes organizational solutions to the problems of extraction and use of coalbed methane in the expected term.

### References

- 1 Yutyaev E.P. *Mining*, 2015, 1 (119), p. 18–22.
- 2 Golitsyn M.V., Makarova E.Yu., Pronina N.V. *Methods of prospecting and exploration of coal deposits*, training manual, Moscow: KDU, 2009, 132 p.
- 3 Karenov R.S. *The priorities of the strategy of industrial-innovative development of the mining industry in Kazakhstan*, monograph, Astana: Publisher KazUFMT, 2010, 539 p.

- 4 Karenov R.S. *Environmental, economic and social efficiency of geotechnological methods of mining*, Karaganda: KSU publ., 2011, 366 p.
- 5 Ageev N.P., Ageev P.G., Desyatkin A.S., Elsukov G.A. *Mining*, 2015, 1 (119), p. 28–33.
- 6 Puchkov L.A., Slastunov S.V., Present G.M., Baymukhametov S.K. *Coal*, 2003, 12, p. 43–48.
- 7 Bekturganov N. *Kazakhstanskaya pravda*, 2015, April, 18, p. 4.

Н.Т.Батырова

Қ.А.Ясауи атындағы Халықарылық қазақ-түрік университеті, Түркістан  
(E-mail: Nazturkestan75@mail.ru)

## Қазақстан Республикасының қоғамдық тамақтандыру саласындағы экономикалық өзекті мәселелерді талдау

Адамзаттың даму тарихында тамақтану үдерісі аса маңызды орын алатындықтан, ежелгі заманнан дами келе, қазіргі кездегі қоғамдық тамақтандыру саласы әлдеқайда үлкен жетістікке жеткен, алайда көп жақтары әлі де жақсару, жетілдіру бағыттарын талап етеді. Мақалада ҚР мейрамханаларындағы қазіргі кездегі тұтынушыларға қызмет көрсету сапасы мен мәселелері қарастырылып, оларды шешу жолдарына ізденіс жасалған. Қазіргі уақытта Қазақстанның қоғамдық тамақтандыру саласында көптеген мейрамханалар әрекет етеді, және де олардың негізгі бөлігі үлкен қалаларда шоғырланған. Сондықтан олардың арасындағы бәсекелестікте сол жерлерде жоғарылайды. Осы күреске төтеп беру үшін, мейрамханалар көрсететін қызмет сапасын жоғарылатуы, бәсекелестік қабілетті бағаны ұстауы, басқа әдістермен әлеуетті тапсырыскерлерді өзіне тартуы керек. Осы саладағы зерттеулер арқылы қазіргі тамақтану орындарындағы қызмет көрсету сапасын дамыту және жетілдіру жолдары қарастырылған.

*Кілт сөздер:* экономика, даму, жетілдіру, мейрамхана, қоғамдық тамақтандыру, бизнес, сапа, тұтынушылар, қызмет, нарық, дағдарыс.

Қазіргі заман ағысына ілесу — уақыт талабы. Сол орайда еліміздің әр саласын жетілдіріп, дамытуда түрлі шаралар қолға алынып жатыр. Ол қоғамдық тамақтандыру бизнесін де айналып өтпек емес. Әлемнің барлық елдерінде үйге қыдыра келген бейтаныс немесе туыс кісілерге ерекше назар аударылып, аса зор құрмет көрсетіледі, сондықтан қоғамдық тамақтандыру саласын үнемі жетілдіріп отыру қазіргі таңда өзекті мәселеге айналып отыр.

Орта ғасырларда адамдар көбірек жолаушылай бастады және керуен сарайлар саны көбейіп, ондағы қызмет көрсету дәрежесіде жоғарылай бастады. Көптеген жолаушылар ауқатты, ақшалы адамдар болғандықтан, бұл қызмет көрсету саласының, яғни қоғамдық тамақтандырудың да, өркендеуіне әкелді. Бай адамдар ол кезде өзінің меншікті мезіретін құра отырып, үйде тамақтануды дұрыс көрді. Сондықтан байлар ұлан-асыр той жасап, онда жүздеген қонақтарға қызмет көрсетілді. Тойларда қызмет көрсетуді «кемсітушілік» деп атауға да болатын, өйткені әр түрлі шендегі қонақтарға әр түрлі ас берілетін. Жоғары ақсүйектер, әрине, тамақтың ең жақсы кесектерін алды. Әншейінде, әрбір қоғамдық тамақтандыру орынында ондаған астың түрлері дайындалып, өте ұқыпты ыдыстар жайылды, бірақ оларды ішіп-жеу рәсімдік жолмен өтпей, тағылық, дөрекі әдістермен өтті. Шанышқының ролін қолдың саусақтары атқарды, майлы сорпаға қол салынып ішінен ет кесектері саусақпен алынып желінді. Пышақ екі қызмет атқаратын: онымен кесетін және онымен жейтін. Тамақты ағаш тақтайлардың үстіне салып немесе өте қатып қалған нан кесегінің бірдей кесілген түйірлері үстіне қойып жейтін. Ерте ғасырда, тіпті орта ғасырдың өзінде микробтар мен гигиена туралы соншалықты ешкім ойланып жатпайтын. Тағамдар сөрелерде сақталатын, көбінесе еден астында құлапта жататын. Тағамды қалай сақтау керек екенін, қандай жағдайларда және қандай температурада сақтау керектігін ешкімде білмейтін. Осының нәтижесінде мүмкіндікті жұқпалы аурулардың бәрі бірінен екіншісіне, бай мен кедей арасындағы айырмашылықты ескерместен, беріліп отырды.

Адамзаттың даму тарихында тамақтану үдерісі аса маңызды орын алатындықтан, ежелгі заманнан дами келе қазіргі кездегі қоғамдық тамақтандыру саласы әлдеқайда үлкен жетістікке жеткен, алайда көп жақтары әлі де жақсару, жетілдіру бағыттарын талап етеді.

Қоғамдық тамақтандыру — дайын өнімді дайындап, өткізетін және тұтынушыларға қызмет жасайтын халық шаруашылығының саласы. Әдетте, қоғамдық тамақтандыру — халықты кәсіпорындарда, асханаларда, мейрамханаларда, шайханаларда, буфеттерде, сондай-ақ асханадан, үй кухнясынан дайын тамақты үйге босату арқылы тамақтану. Оның кейбіреулері жұмыс немесе оқу орны бойынша тұтынушыларға қызмет көрсетеді.

Туризм саласында туристерге орналасу қызметін ұсынушы орындар бүгінгі таңда алатын орнының ерекшелігі соншалық, тіпті қоғамдық тамақтандыру саласы деп аталатын арнайы қызмет

саласына да айналууда. Мұның себебі қоғамдық тамақтандыру кәсіпорындары туристерге қоғамдық тамақтандыру қызметімен қоса орналасу, сауықтыру, көңіл көтеру т.б. қызметтерді ұсына отырып, туристерден түсетін табыс мөлшерінің ең үлкен көрсеткіштеріне ие болған кәсіпорындарға айналууда. Туризмде қоғамдық тамақтандыру базасының негізгісі бола тұрып, қоғамдық тамақтандыру кәсіпорындары жоспарлы және өз бетінше туризмнің дамуына септігін тигізеді. Қоғамдық тамақтандыру кәсіпорындары меншік түріне қарай: жекеменшік, мемлекеттік және аралас меншікті болуы мүмкін.

Қоғамдық тамақтандыру саласы адамдардың еңбекшіл өмірінде маңызды орын алады, өйткені кез келген жұмысшы азанда үйінен жұмысқа шығып кетіп, кешке бірақ оралатын болса, ол міндетті түрде таңғы шай немесе түскі асқа қоғамдық тамақтандыру орындарына барады. Сондықтан, қоғамдық тамақтандыру орындарының дайындаған өнімдері адамзаттың осындай бөлігінің денсаулығына тікелей әсер етеді.

Қоғамдық тамақтандыру кәсіпорындары мемлекеттік сауда ұйымдарына немесе жекеменшік орындарға кіреді. Ежелгі заманнан өкімет қоғамдық тамақтандыру дамуына үлкен назар аударған. Совет үкіметі кезінде көптеген мейрамханалар мен трактирлер жұмысшылар мен олардың жанұя мүшелері тамақтанатын қоғамдық асханаларға қайта өңделген. Сол кездің көсемі В.И.Ленин жұмыстың үлгі аларлықтай қойылымында қоғамдық тамақтандыру орындары адамның жанды еңбегі мен шикізат өнімдерін үнемдейтінін, тұтынушыларға қолайлы жағдайлар тудыратыны туралы ашық айтқан. Қоғамдық тамақтандыру орындарының жалпылама дамуы жоғары автоматтандырылған кәсіпорындардың құрылуы арқылы саланың өңделуіне, олардың мамандырылған кәсіпорындарда немесе өндірістің сәйкес саласында жасалған жартылай фабрикаттармен, дайын тағамдармен, консервіленген және мұздатылған дайын өнімдермен қамтамасыз етілуіне өтуге негізделеді.

Тауар айналымының және қоғамдық тамақтандыру өнімін өндірудің өсуі екі бағыттан іске асырылады: қоғамдық тамақтандыру жүйесімен қызмет көрсетілетін халықтың аумағының кеңею сызығы бойынша және осы саланың қызметтерін қолданатын әрбір тұтынушының жалпы қоғамдық тамақтандыру көлеміндегі қоғамдық тамақтандыру өнімдерін тұтынудың тиесілі салмағының өсуі.

Туризм елдің тұтас өмірлерінің экономикасына белсенді ықпал етеді. Туризм саласында шаруашылық жүргізуші субъектілердің құрылуы мен жұмыс істеуі жол көлігінің, қоғамдық тамақтандыру саласы, халыққа сауда, мәдени, дәрігерлік қызмет көрсетудің дамуымен тығыз байланысты. Қазақстанның тәуелсіздік алуы туристік қызметті реттеу мен халықтың тарихи және мәдени мұрасын жаңғырту үшін негіз болып қаланды.

Өркениетті нарықтық қатынастардың дамуы, әлемдік тәжірибе көрсетіп отырғандай, бақылайтын, кешенді және тұрақты негізде мемлекеттің реттеуінсіз мүмкін емес. Ең алдымен бұл туристік индустрияны жоспарлау мен дамыту бойынша ғылыми негізделген нақты мемлекеттік бағдарлама. Оның жүзеге асырылуы туристік қызмет саласына капитал салымының тиімділігін арттырып, еліміздегі туристік ресурстарды мейлінше тиімді пайдалануға мүмкіндік береді.

Өркениетті нарықты қатынастардың дамуы, әлемдік тәжірибеге негізделгендей, бақылайтын, кешенді және тұрақты негізде мемлекеттің реттеуінсіз мүмкін емес. Кері құбылыстарды дереу артта қалдыру, қарапайым шындықты түсінуге байланысты — мемлекет пен Қазақстандағы туристік саладағы бизнестің ынтымағынсыз әлемдік туристік нарыққа ену қиынға түседі. Осы бағытта салыстырмалы өзіндік бағдарламаларды жүзеге асыруға баса назар аудару қажет. Оның жүзеге асырылуы туристік қызмет саласына салынған капитал салымының тиімділігін арттырып, еліміздегі туристік маршруттарды мейлінше тиімді пайдалануға мүмкіндік береді.

Туристік қызмет индустриясының дамуын жоспарлау барлық деңгейлерде, яғни халықаралық, ұлттық, өңірлі, аудандармен объектілерге қатысты жүргізілуі қажет. Сонымен қоса, ол дамуды үнемі бақылап, тиімді басқаруға негіз болып, туристік қызмет секторының ұзақ мерзімді табысты қызметін қамтамасыз етеді. Жоспарлауға деген жүйелі қадам ғана экономика, экология және әлеуметтік, мәдени орталардың бірлігі қамтамасыз етіліп, туристік қызмет индустриясының тұрақты дамуына септігін тигізіп, елімізге және жеке өңірлерге айтарлықтай экономикалық тиімділік әкеле алады.

Қазақстан — жүзден астам ұлты бар, қонақжай халқы бар республика. Қоғамдық тамақтандыру орындарының тарихы ежелден өзінің тамырларымен қонақты қабылдау әдеті мен салт-дәстүрінен басталады. Қонаққа әрдайым ерекше көңіл бөлінетін, ол төрде отағасының оң жағында отыратын. Мейрамханалық бизнес орындарының қарқынды дамуы Ұлы Жібек жолының пайда болуынан басталды. Ежелден және орта ғасырларда Жерортадан Қытайға дейін Еуразияны қиылысқан керуен

жолдарының жүйесі халықтың сауда және мәдени байланыстарының пайда болып, дамуының қайнар көзі болып саналды.

Бұл жерлерде ірі сауда орталықтары тұрғызылған болатын, сондықтан да әр түрлі елдерден саяхатшылар келетін. Барлық саяхатшыларды киіз үйге сыйғызу мүмкін емес болды, сол себептен тұрақты аулалар, мейрамханалар пайда бола бастады. Аулаларда ең қажетті қызметтер: орналастыру, тамақтандыру, су беру қызметтері көрсетілген. Сауда жолдарында керуен-сарайлар салынып, түйе мен жылқылар үшін арнайы жайғастыру пункттері болған.

Саяси жағдай дипломаттар мен саудагерлерге жол жүру кестесін таңдауды анықтап берді. Бұның өзі туризм мен қоғамдық тамақтандыру бизнесінің пайда болуына себеп болды. Қалалар өздерінің базарларымен көріне бастады. Минералды сулары бар жерлерде — санаторийлер тұрғызылды. Емдік туризмінің Қазақстанда дамуымен байланысты таулы туризмнің рөлі зор, яғни маңызды болып туристерге арналған түнеу объектілері салына бастады [1].

Республикамыздың қоғамдық тамақтандыру бизнесіндегі көптеген көркем жерлерінде туристік базалар салынды. Жыл сайын қоғамдық тамақтандыру орындар санына қарағанда, қызмет көрсетудің орналастыру құралдарының қосымша түрлеріндегі орындар саны тез өсе бастады. Әуелі, қоғамдық тамақтандыру бизнесіндегі орналастыру құралдарының негізгі және қосымша түрлерін шектеу мүмкін емес болды, қоғамдық тамақтандыру орындары сияқты, жалға берілетін жеке пәтерлерде де сондай қызметтер көрсетіледі. Жаңа туризм мен қоғамдық тамақтандыру орындарының Қазақстанда пайда болуы ХХ ғасырдан бастау алады.

Соңғы кездері туризм бизнесіндегі қоғамдық тамақтандыру бизнесі әлемде пайдалы бизнестің біріне айналды. Ол өзімен қоса туризмді дамытады. Ал туризм болса, әлеуметтік тұрмыстық инфрақұрылымның салааралық кешені ретінде әлемдік экономикада басты рөлді алады, әлемдік ұлттық өнімнің 1/10 бөлігін қамтамасыз етеді. Сондықтан да алдағы кезеңде оның ең маңызды факторына айналмақ.

Қоғамдық тамақтандыру бизнесі туризм индустриясының құрамды бөлігі болып табылады. Туризм индустриясында қызмет көрсету маркетингінің қоғамдық тамақтандыру құралдары маңызды орынға ие болған. Қоғамдық тамақтандыру бизнесі дамыған бәсекелестік фирмалардың пайдалылығын төмендетеді деген пікір тараған, өйткені көбінесе қосымша бірқатар шығындарды талап ететін жаңа қызметтерді әзірлеуге, жарнамаға жұмсалатын шығындарды көбейтуге тура келеді, ал бұл іс-шаралар қомақты қаржыны талап етеді. Дегенмен, бәсекелестік артықшылық барлық уақытта пайданың қысқаруымен қатар жүрмейді. Ең маңызды бәсекелестік артықшылық фирманың экстенсивті дамуының есебінен жүзеге асырылмайды, ал оның қолданудағы құралдарының тиімді пайдаланылуын жоғарылатымен жүреді, яғни шығындарды төмендетумен, қызметкерлердің кәсіптілігін жоғарылату жолымен менеджментті жақсартумен және т.б.

Қоғамдық тамақтандыру дамыған орындарында ұзақ жолда әр баланың көңіл-күйіне, қоғамдық тамақтандыру жағдайына көңілді демалысына бар ықыластарын аударып, қамқорлық етуі, мейірімді, жылы жүзді қарым-қатынастары, ұстаздарға деген құрметі, өздерінің атқарып жүрген жұмыстарының білімді, білікті, білгір мамандары екенін танытты. Еліміздің экономикалық өсуі және халықтың әл-ауқатының жоғарылауы жағдайында мейрамхана бизнесі нарығы жеткілікті тартымды болып тұр. Бүгінгі таңда мейрамхана бизнесі экономикамыздың дамуының әлеуетті және болашағы зор салаларының бірі болып танылып отыр. Мейрамхана бизнесі — қонақтармен қарым-қатынаста қоғамдық тамақтандыру принциптеріне сүйенетін ықылас пен мейманшылдық таныту сияқты қызмет көрсету түрлерінен тұратын кәсіпкерлік түрі. Мейрамханалық бизнес еліміздің сырттан келушілерді тарту арқылы пайда көздерін ұлғайтуда алатын орны ерекше. Бұл нарықты дер кезінде зерттеу, тапсырыскерлердің қажетсінуін айқын анықтау және бәсекелестердің қызметін тұрақты талдау өзінің мүмкіндіктерін дұрыс бағалауға және дұрыс стратегиялық шешім қабылдауға мүмкіндік беретінімен байланысты.

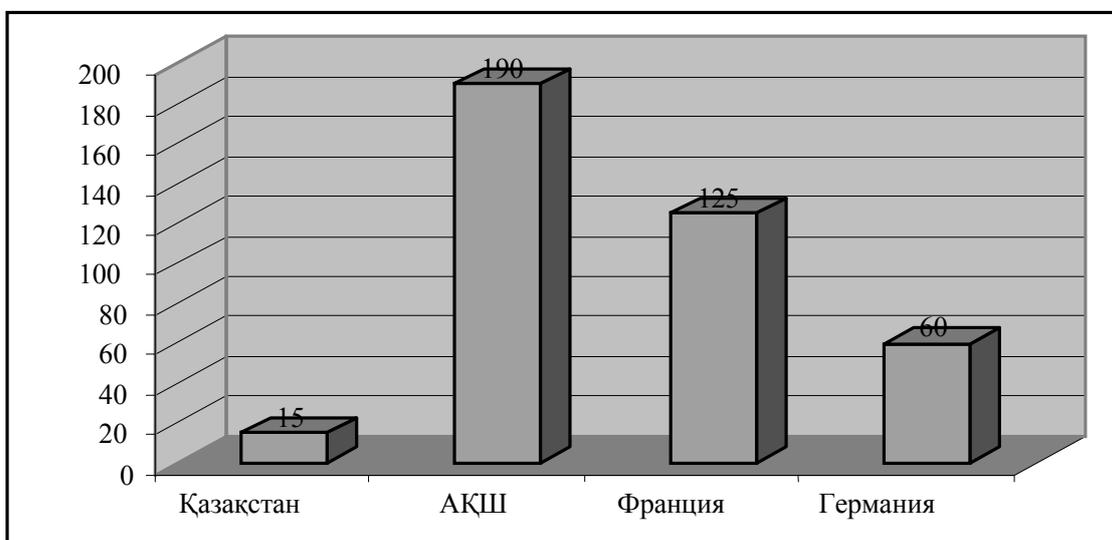
Мейрамханалық бизнес — өндірумен, өңдеумен, өткізумен және тамақ өнімдерін тұтынуды ұйымдастырумен байланысты кәсіпкерлік қызмет [2].

Қазіргі уақытта Қазақстанның мейрамханалық бизнесінде көптеген мейрамханалар әрекет етеді және де олардың негізгі бөлігі Алматы қаласында шоғырланған. Сондықтанда олардың арасындағы бәсекелестікте осы жерде жоғарылайды. Осы күреске төтеп беру үшін, мейрамханалар көрсететін қызмет сапасын жоғарылатуы, бәсекелестік қабілетті бағаны ұстауы және басқа әдістермен әлеуетті тапсырыскерлерді өзіне тартуы керек. Бұл саладағы зерттеулермен маркетинг айналысады.

Бүгінгі күнде мейрамханалық бизнестегі менеджмент тақырыбы өте көкейтесті болып табылады. Қазақстандық фирмалар менеджмент саласында бірінші тәжірибелерін алуда.

Мейрамханалық бизнесте басқарудың алатын орны ерекше. Бұл нарықты дер кезінде зерттеу тапсырыскерлердің қажетсінуін айқын анықтау және бәсекелестердің қызметін тұрақты талдау өзінің мүмкіндіктерін дұрыс бағалауға және дұрыс стратегиялық шешім қабылдауға мүмкіндік беретінімен байланысты. Мейрамхана бизнесі мейрамханалық бизнесіндегі және туризм индустриясының құрамды бөлігі болып табылады. Туризм индустриясында қызмет көрсету маркетингінің орналастыру құралдары маңызды орынға ие болған.

Сарапшылардың айтуы бойынша, ҚР-да 1 адамға шаққанда мейрамханалық қызметке жұмсалатын орташа шығыстар басқа елдердің осындай көрсеткіштеріне қарағанда айтарлықтай төмен келеді. Мысалы, 2009 ж. ҚР-да үй сыртында қоғамдық тамақтандыруға жұмсалған шығындардың есебі ортамен 1 адамға шаққанда жылына 15 мың теңгедей құрапты. Бұл көрсеткіш басқа елдерге қарағанда айтарлықтай аз, мысалы, АҚШ-та — 190 мың тг, Францияда — 125 мың тг және Германияда — 60 мың тг. Қазақстан көрсеткіштерінің мұндай қалып кетуі мейрамханалық нарықтың жоғары әлеуеті туралы және оның жеткіліксіз қамтылуы туралы куәландырады (сур. қара).



Сурет. Түрлі елдерде үй сыртында қоғамдық тамақтандыру орындарында жұмсалған орта жандық шығыстар, мың теңге жылына 1 адамға

Мемлекеттік стандарттармен белгіленген бойынша дәстүрлі жіктемеде мейрамханалар үш сыныпқа бөлінеді: люкс, жоғары және бірінші, оның әрқайсысына белгіленген талаптар сәйкес келеді. Бірақ қазіргі кезде басқа бөлініс көп байқалады: элиталық, орта сыныпқа арналған мейрамханалар және дүңгіршектер. Соңғы жылдары қоғамдық тамақтандыру бизнесі түрлі басқа бизнес салаларының инвесторларын көптеп қызықтырып жүр. Еліміздің экономикалық өсуі және халықтың әл-ауқатының жоғарылауы жағдайында қоғамдық тамақтандыру бизнесі нарығы жеткілікті тартымды болады. Қоғамдық тамақтандыру кәсіпорындары клиенттерін үнемі ағылып келуін қамтамасыз ететін маңызы зор кейбір ұғымдар бар. Сондықтан мейрамханалардың көбісі орталық аудандарда орналасқан. Мұны қала тұрғындары мен қонақтардың уақыт өткізу үшін қала орталықтары қызықтыратындығымен түсіндіруге болады. Бірақ қоғамдық тамақтандыру бизнесінде кері жақтарда бар (кестені қара).

Мейрамханалық бизнесіндегі дамыған бәсекелестік фирмалардың пайдалылығын төмендетеді деген пікір тараған, өйткені көбінесе қосымша бірқатар шығындарды талап ететін жаңа қызметтерді әзірлеуге, жарнамаға жұмсалатын шығындарды көбейтуге тура келеді. Дегенмен бәсекелестік артықшылық барлық уақытта пайдалылықтың қысқаруымен қатар жүрмейді. Ең маңызды бәсекелестік артықшылық фирманың экстенсивті дамуының есебінен жүзеге асырылмайды, ал оның қолданудағы құралдарының тиімді пайдаланылуын жоғарылатымен жүреді, яғни шығындарды төмендетумен, қызметкерлердің кәсіптілігін жоғарылату жолымен менеджментті жақсартумен және т.б. [3].

**Мейрамхана бизнесіндегі кәсіпорындар қызметіне микро- және макроортаның әсерінің SWOT-талдауы**

Мүмкіндіктер	Қауіптер
1. Бәсекелестердің позицияларының төмендеуі. 2. Орташа бәсекелестік. 3. Тұрғындардың шынайы кірістерінің деңгейінің өсуі Тұтынушылар әрекетінің әлеуметтік стандарттарының өзгеруі	1. Бәсекелестіктің күшеюі. 2. Клиенттің қызмет сапасына талаптарының қатаңдауы. 3. Макроортадағы өзгерістер (валюта курсының өзгеруі, инфляция, өнімдердің бағасының жоғарылауы, құнсыздану, қоғамдық тамақтандыру саласындағы заңнаманың өзгеруі)
Күшті жақтары	Әлсіз жақтар
1. Орналасуы. 2. Қолайлы бағалар. 3. Мамандандырылған кәсіпорын (мысалы, жұқпа сататын болса). 4. Тұтынушылардың қызығушылығы. 5. Автотұрақтың болуы. 6. Салқындатқыш құралдардың болуы	1. Төмен мамандандырылған персонал. 2. Тар және кем өзгермелі ассортимент. 3. Жарнаманың жоқтығы. 4. Бәсекелестік күреске кем араласуы
Мейрамхана кәсіпорындарының жалпы мәселелері	
1. Тиімсіз жарнамалық стратегия. 2. Төмен қызмет сапасы. 3. Тар ассортимент. 4. Клиент үшін қолайсыз ас мәзірі. 5. Ірі нарыққа енуге құштарлығының төмендігі	
Ұсыныстар	
1. Тиімді жарнамалық стратегияны өңдеу. 2. Персоналдың біліктілігін үнемі арттырып отыру. 3. Қызмет көрсету сапасына бақылауды қатаңдату. 4. Өзіне тән ерекше тағамдарды менюға қосу. 5. Әр күнге арнап тағамдар түрлерін көбейтіп, өңдеу. Ұлттық тағам күнін ендіру. 6. Шайға табиғи емдік қоспалар ұсыну. 7. Менюдің жаңа түрлерін өңдеп, жиі ауыстырып тұру (мысалы, әр аптаға жаңа меню арнау). 8. Инновацияларды үнемі қолдану. 9. Әрдайым қосымша қызметтер ендіру. 10. Жанұялық, балаларға арналған мейрамдар, корпоративтік кештер ұйымдастыру. 11. Үй немесе офиске тағамды жеткізіп беру. 12. Мақсатты топтар (балалар, студенттер т.б.) үшін кешенді түскі астар беру. 13. Өзара қатынас маркетингін дамыту. 14. Нарықтың өзгеруіне ыңғайланып жылжып отыру	

Қоғамдық тамақтандыру нарығының құрылымы оның дамуының түрлі кезеңдерінде өзгеріп отырды. 1990 жылдардың бірініші жартысында нарықтың сөзсіз көшбасшы болып қымбат мейрамханалар мен асханалар, дүңгіршектер болды. Және де бұл жағдай қалталы және төмен тұратын қоғам мүшелерінің құрылымына сай келетін. Бұдан кейінгі ұзаққа жалғасқан экономикалық өсу бұрынғы жіберіп алғанның орнын белсенді толтыра бастаған орта сыныптың өмірлік деңгейі мен қал-жағдайын жоғарылатты, нәтижесінде, соңғы жылдары және әлемдік қаржылық кризистің басталуына таяу нарықтың дамуына негізгі қаржыны демократиялық сегменттегі кәсіпорындар салды: кафетерийлер, жолдағы, базарлардағы тез тамақтанып шығу орындары, шұғыл дәм әзірлеу бутиктері т.б. Бұлардың ішінде жеңіл-желпі тез тағам дайындайтын орындардың бөлігі арта түсті, олардың жылдық өсімі 25–30 % құрылып отырды. Өз кезегінде элиталық мейрамханалардың сегменті өсу қарқынын төмендетті.

Солай ҚР-да мейрамханалық салада салмақты нарықтық тәжірибе және көп жылдық дәстүрлер жоқ. Сонымен қатар бизнесті жүргізуге көмек берететін тәжірибеден өткізілген әдіснамалық база жоқ. Бизнестің басқа салаларынан мейрамханалық нарыққа келген инвесторлардың тағы бір қателігі (көптен кездесетін) — біліп және түсінетін дәстүрлі асханаға мөлшерлемелерін қояды. Бірақ бұл жеткіліксіз. Мейрамхана кіріс түсіре бастау үшін мақсатты аудиторияны тарту және ұстап қалу үшін

мақсатталған сауатты маркетингтік саясатты құру қажет. Сондықтан кәсіпорындардың ашылуы туралы халықты алдын ала ақпараттандырып қою қажет, содан соң бұрынғыларды ұстап қалумен қатар жаңа тұтынушыларды тарта отырып, кәсіпорындарға ағымдық қызығушылықты ұстап қалу қажет.

Бірақ қазіргі дағдарыс жылдарға байланысты үйден тыс жерде мейрамхана сұранысты бірінші кезекте тұрады деу қиын, сондықтан кризистің кесірінен халық үйінен тыс жерде тамақтандырудан үнемдей бастады. Оның үстіне әжептәуір тағамдар мен жоғары деңгейдегі қызмет көрсетуді, жаңадан ашылған мейрамханалардың бірқатары ұсынады. Осыған қарамастан, олар туралы сәтті жобалар деп айту әзірше ертерек. Олардың әуелгі көтерген межеден төмендемеуіне, әрине, сенгіміз келеді, бірақ тәжірибенің көрсетуінше, бұл толық мүмкін. Оңтүстік астананың мейрамхана бизнесі нарығында келесідей тұжырымдама бұрыннан белгіленген: кәсіпорын ашылады, өзінің дәмді тағамдары мен керемет интерьерлері туралы бар дауыспен жариялайды, ал біраз уақыт өткеннен соң, осы қызмет көрсетуде, дәмді астар дайындауда толығымен бұзылады. Тұрақтылық жоқ.

Мейрамхана бизнесі — кәсіпқой еместер бизнесі. Әрине, мейрамхана бизнесімен айналысуға бел буған адамдардың кездесетін қиындықтарын түсінуге болады. Кадрлардың жетіспеушілігі, қазіргі аспазшылық мектебінің болмауы, бәрінен бұрын кеңестік общепиттен қазіргі мейрамханалық іске көшу жай нәрсе емес және біліктілікті тәсілдемені талап етеді. Еуропалық рестораторларға, олардың қоғамдық тамақтандыру бизнесі ісіндегі көп жылдық дәстүрлі тәжірибелерімен, әрине, қиындықты өтпелі кезеңде мейрамхана бизнесі нарығын игеріп отырған отандық кәсіпкерлерге қарағанда, оңай.

Дағдарыс жағдайындағы мейрамхана желілерінің басшылары шешетін негізгі мәселелер келесілер: персонал жетіспеушілігі, өнімдердің бағасының өсуі және ҚР-дағы франчайзингтің әлсіз дамуы. Бірақ нарықтың басты мәселесі — қажет параметрлерге жауап беретін және жоғары өтімділігі бар жерде орналасқан орын ғимарат табу. Осынысымен мейрамхана саладағы басшылардың сауда орталықтарына қызығушылығы түсіндіріледі — онда аландар және келушілердің жоғары ағымы бар. Жеке ғимараттарда мекеме ашуға жылжымайтын мүлікке деген жоғары бағалар кедергі болды. Бұл жағдайдан қоғамдық тамақтандыру кәсіпорындардың қызметіне бағаның көтерілу есебінен өсу қарқыны және қоғамдық тамақтандыру айналымының өсуі туралы айтуға болады.

Жоғарыда аталған бірқатар мәселелерге мемлекет тарапынан қолдау көрсетіліп, мейрамханалармен айналысатын кәсіпкерлер стратегиялық жоспармен жұмыс жасаса, бұл сала біздің елде өркендеп үлкен пайданың қайнар көзіне айналар еді.

Қазақстанда туризмнің даму жолындағы мейрамхана бизнесінің алдағы жылдары жетістікке жетуге жоғары мүмкіндігі бар.

#### Әдебиеттер тізімі

- 1 Дайырбеков О.Д., Алтынбеков Б.Е., Торғауытов Б.К., Кенесариев У.И., Хайдарова Т.С. Қоғамдық тамақтандыру орындарындағы аурудың алдын алу және сақтандыру бойынша терминологиялық сөздік. — Шымкент: Ғасыр-Ш, 2005.
- 2 Райс В. Контроль издержек в ресторанном бизнесе. — М.: Креатив Холдинг, 2006. — С. 6, 7.
- 3 Пикалев А., Маевская А. Как увеличить доход ресторана, бара, кафе. — СПб.: Бизнес-пресса, 2004. — С. 18–32.

Н.Т.Батырова

### **Анализ актуальных экономических проблем в сфере общественного питания в Республике Казахстан**

В истории развития общества процесс общественного питания занимает одно из важных мест, эта сфера непрерывно развивалась с давних времен, достигнув многих высот, но все же требует дальнейшего совершенствования. В статье рассмотрены качество и проблемы оказания услуг клиентам в ресторанах РК на сегодняшний день и показан поиск путей их решения. На сегодняшний день в Казахстане, подчеркивает автор, действует множество ресторанов, которые в основном сосредоточены в больших городах. Чтобы быть конкурентоспособным в этой сфере, выделено в статье, рестораны должны постоянно повышать качество оказываемых услуг, удерживать конкурентоспособную цену на продукцию и различными способами привлекать к себе денежных клиентов. В ходе исследовательских работ в этой сфере в статье рассмотрены пути развития и совершенствования качества оказываемых услуг в сфере общественного питания в настоящее время.

N.T.Batyrova

## **Analysis of the current economic problems in catering in Republic of Kazakhstan**

Due to the fact that in the history of the development of society, the public catering is one of the important places of this area continuously evolved since ancient times and is now the scope of supply has reached many heights, but still requires further improvement in service development and improvement. This article describes the quality and delivery of services to clients in the restaurants of today and search for solutions to these problems. To date, in catering, in Kazakhstan there are many restaurants and a lot of them formed in big cities. Therefore, the competitiveness between restaurants also prevails in those cities. To be competitive in that area restaurants have to constantly improve the quality of services provided, keep a competitive price for the products, and in a variety of ways to attract clients' money to himself. During the research work in this area in the article the road to development and improvement of the quality of services provided in the field of catering at the present time.

### References

- 1 Daiyrbekov O.D., Altynbekov B.E., Torgauytov B.K., Kenesariyev U.I., Khaidarova T.S. *Precautions and health insurance options in places to eat*: Terminology dictionary, Shymkent: Hasyr-Sh, 2005.
- 2 Rice V. *Cost control in the restaurant business*, Moscow: Creative holding, 2006, p. 6, 7.
- 3 Pikalev A., Maevskaya A. *How to increase the income of restaurants, bars, cafes*, Saint Petersburg: The business press, 2004, p. 18–32.

---

# ҚАРЖЫ-НЕСИЕ ЖҮЙЕСІ ФИНАНСОВО-КРЕДИТНАЯ СИСТЕМА

УДК 338. 23: 346. 246

Т.Б.Казбеков

*Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букетова  
(E-mail: rkarenov@inbox.ru)*

## **Система показателей эффективности производства и финансового состояния предприятия**

В статье уделяется внимание раскрытию сущности экономической эффективности производства и видам эффекта. Обосновывается целесообразность выделения в теории и на практике четырех групп показателей, охватывающих все стороны деятельности предприятия. Изучается структурно-логическая модель изменения материальных затрат в зависимости от различных факторов. Автором рассматриваются направления анализа основных фондов и соответствующие задачи, решаемые в рамках каждого направления. Описываются вопросы управления трудовыми ресурсами и задачи их анализа. Подчеркивается важность анализа финансового состояния предприятия, которое представляет собой отражение финансовой устойчивости.

*Ключевые слова:* эффективность, эффект, система показателей, формирование, факторные модели, материальные ресурсы, основные фонды, трудовые ресурсы, финансовое состояние.

### *Сущность экономической эффективности производства и виды эффекта*

В науке об экономике предприятия различают в соответствии с их содержанием экономические, социальные, технические и экологические цели. Соответственно, при раздельном рассмотрении выделяют четыре вида эффективности: экономическую, социальную, техническую и экологическую.

Первая имеет направленность на оптимальное достижение результата хозяйственной деятельности, особенно в его позитивном выражении — в виде прибыли; вторая — на удовлетворение социальных потребностей всех работников предприятия (например, обеспеченность жильем, предоставление медицинского обслуживания, улучшение условий труда); техническая эффективность ориентирована на выполнение количественных и качественных требований к продукции, а также к необходимому производственному потенциалу; экологическая эффективность ставит своей целью оптимальную защиту окружающей среды.

В хозяйственной практике экономические, социальные, технические и экологические цели взаимосвязаны и зависят друг от друга. Эта зависимость может носить дополняющий или конфликтный характер. На практике часто невозможно реализовать экономические, социальные, технические и экологические цели одновременно и независимо друг от друга посредством изолированных решений и с использованием ограниченных средств в соответствующих сферах деятельности предприятия.

Эффективность производства относится к числу ключевых категорий рыночной экономики, которая непосредственно связана с достижением конечной цели развития общественного производства в целом и каждого предприятия в отдельности.

Экономическая эффективность производства — это результативность производственной деятельности предприятия, соотношение между экономическими результатами и затратами, ресурсами, которые вызвали эти результаты. Следовательно, исходная модель количественной оценки эффективности может быть выражена следующим образом:

$$\text{Эффективность} = \frac{\text{Результаты}}{\text{Затраты}} \text{ или } \text{Эффективность} = \frac{\text{Затраты}}{\text{Результаты}}$$

Максимизация конечных результатов с единицы затрат и ресурсов или минимизация затрат и ресурсов на единицу конечного результата — такова первичная цель предприятия.

Естественно, подразумевается, что результат деятельности предприятия должен быть положительным, поэтому такой результат часто называется эффектом. Следовательно, можно сказать, что эффективность — это соотношение эффекта и затрат, которые его вызвали.

Исходя из целей предприятия, можно выделить следующие виды эффекта.

1. Научный эффект связан с открытием новых явлений материального мира или закономерностей его развития, а также с выявлением практических возможностей их использования в хозяйственной деятельности и установлением оптимальных параметров и показателей применения результатов научных исследований в конкретных сферах деятельности.

2. Технический эффект характеризуется получаемым преимуществом создаваемых или улучшаемых технологического оборудования, машин, рабочих приемов и других производственных ресурсов по сравнению с наиболее прогрессивными средствами в данной технической области.

3. Социальный эффект отражает личностное развитие, рост квалификации и изменение профессионального состава персонала, а также улучшение условий труда и повышение его продуктивности.

4. Экономический эффект означает экономию или сокращение производственных ресурсов на изготовление продукции, увеличение ее выпуска и прибыли.

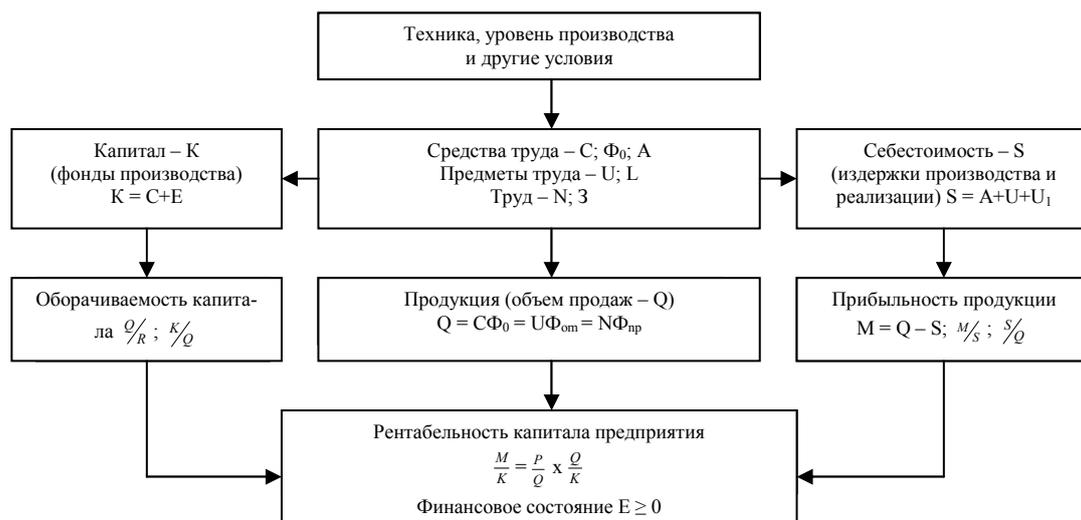
Эффективность производства определяется, во-первых, для оценки уровня использования отдельных видов затрат и ресурсов, экономической результативности производства в целом; во-вторых, для обоснования и отбора наиболее экономичного, оптимального из альтернативных вариантов решения какой-либо производственно-хозяйственной задачи. В зависимости от этих задач различают общую (абсолютную) и сравнительную эффективность.

Общая эффективность исчисляется за определенный промежуток времени по предприятию и характеризует общую величину экономического эффекта в сопоставлении с размером затрат в отдельности и совокупности. Сравнительная эффективность рассчитывается на основе сопоставления технико-экономических показателей по двум и более вариантам решения какой-либо хозяйственной задачи и применяется для выбора наилучшего варианта, выявления его социально-экономических преимуществ по сравнению с другими альтернативными вариантами.

*Необходимость построения системы показателей, охватывающих все стороны деятельности предприятия*

Известно, что экономическое назначение предприятия состоит в производстве материальных благ или оказании услуг, в которых нуждается рынок, а также в обеспечении занятости населения путем создания рабочих мест. Реализация указанных задач предполагает, что на каждом предприятии создаются соответствующие технико-организационные и финансово-экономические условия для производства и реализации продукции. А это, в свою очередь, служит основой для формирования показателей, отражающих деятельность на предприятиях в условиях рыночных отношений (рис. 1).

Представленная схема показывает, что комбинация средств труда ( $C$ ), предметов труда ( $U$ ) и труда ( $N$ ) при соответствующем технико-организационном уровне ( $C \cdot \Phi; U \cdot L; N \cdot \Pi$ ) обуславливает определенный объем продукции ( $Q$ ) и соответствующий уровень себестоимости ее производства и реализации ( $S$ ). Доходность продукции и оборачиваемость капитала определяют рентабельность применяемого капитала и финансовое состояние предприятия. Но это, конечно, только общий подход к оценке его деятельности. Результативность работы зависит от многих обстоятельств, поэтому для ее оценки необходима система показателей, охватывающих все стороны деятельности предприятия. В теории и на практике выделяют четыре группы показателей: абсолютные, относительные, структурные и приростные [1; 362, 363]:



С — основные производственные фонды;  $\Phi_0$  — фондоотдача; А — амортизация;  
 U — материальные затраты (сырье, материалы, топливо); L — материалоотдача; N — работники предприятия;  
 П — производительность труда; Z — заработная плата с начислениями; Q — объем продаж, объем продукции;  
 P — цена единицы продукции; S — себестоимость производства и реализации; K — авансированный капитал;  
 E — оборотный капитал; M — прибыль; O — средства для пополнения оборотных фондов и расширения производства

Рисунок 1. Схема формирования основных показателей деятельности предприятия в условиях рынка (данные работы [1; 362])

1. Абсолютные показатели бывают стоимостными и натуральными. В условиях рыночных отношений первостепенное значение придается стоимостным, что обуславливает сущность товарно-денежных отношений. Абсолютные показатели отражают уровень развития предприятия, достигнутый за определенный период времени. Ими являются: оборот (объем продаж), валовая и частичная выручка, валовая и частичная прибыль, величина дивидендов, уровень издержек производства и реализации продукции, основные и оборотные производственные фонды, уставный фонд, задолженность и др.

2. Относительные показатели выделяются как отношения абсолютных показателей, характеризующие долю одного показателя в другом, или как отношения разнородных показателей. Процедура их оценки заключается в сравнении отчетных значений с базисными плановыми, средними за предшествующий период, отчетными за предшествующие периоды, среднеотраслевыми, показателями конкурентов и т.д. К ним относятся: прибыль на единицу стоимости основных средств, издержек или уставного фонда; производительность; фондовооруженность труда и др.

3. Структурные показатели — по расходам, капиталу, доходам — характеризуют долю отдельных элементов в итоговой сумме.

4. Приростные показатели отражают свое изменение за определенный период. Они могут быть даны в относительном или абсолютном выражении. Таковыми являются, например, изменения уставного фонда за год, прибыли за год и т.д.

Следовательно, мы имеем дело с разнообразными и разнородными показателями, причем в одном и том же случае одни из них могут улучшаться, а другие ухудшаться. Например, увеличение прибыли при продажах в кредит (в случае задержки с выплатами) ведет одновременно и к уменьшению наличности.

#### *Экономическая оценка эффективности использования материальных ресурсов*

Оценка эффективности использования материальных ресурсов осуществляется в практике экономической работы через систему показателей и моделирование их взаимосвязи. Показатели эффективности использования материальных ресурсов делятся на обобщающие и частные [2; 226].

К обобщающим показателям относятся: материалоемкость продукции; материалоемкость; удельный вес материальных затрат в себестоимости продукции; коэффициент использования материальных ресурсов.

Частные показатели эффективности материальных ресурсов используются для характеристики эффективности потребления отдельных элементов материальных ресурсов, а также для оценки материалоемкости отдельных изделий. Удельная материалоемкость отдельных изделий может исчисляться в стоимостном, натурально-стоимостном и натуральном выражении.

В экономической литературе рекомендуется несколько методик анализа обобщающих показателей, основанных на разных типах факторных систем. Наиболее объективную оценку использования материальных ресурсов дает показатель материалоемкости. Анализ материалоемкости проводится по аддитивной, кратной или мультипликативной факторной системе.

Построение факторных моделей осуществляется на основе формулы определения материалоемкости, причем сама формула расчета не может рассматриваться в качестве факторной системы.

Структурно-логическая факторная модель материальных затрат представлена на рисунке 2.

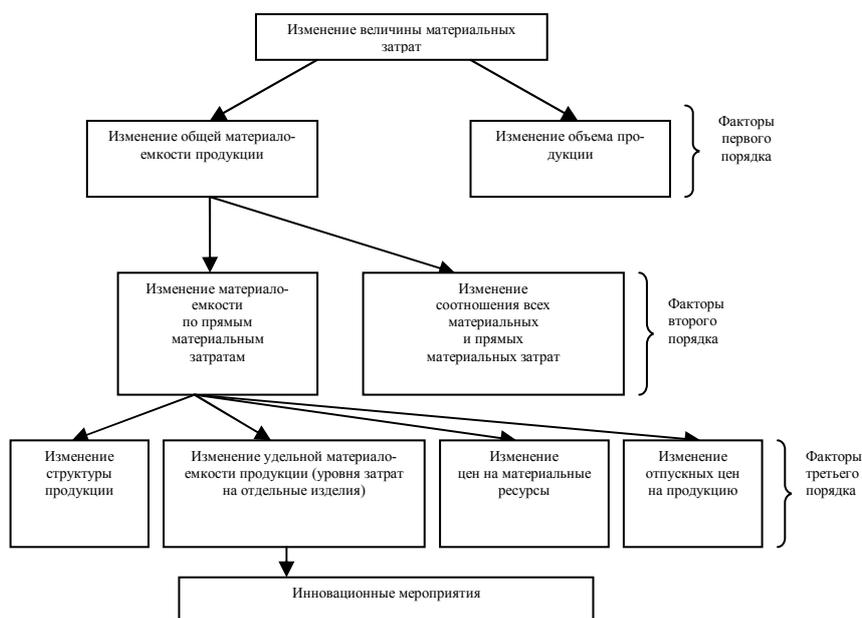


Рисунок 2. Структурно-логическая модель изменения материальных затрат в зависимости от различных факторов (данные работы [2; 230])

Материалоемкость по прямым материальным затратам и коэффициент соотношения затрат — факторы первого порядка. Факторами второго порядка, влияющими на материалоемкость продукции, являются:

- структура продукции (увеличение доли материалоемкой продукции приводит к увеличению общей материалоемкости);
- уровень материальных затрат на отдельные изделия, или удельная материалоемкость;
- цены на материалы;
- отпускные цены на продукцию.

На основе факторных моделей рассчитывается сумма экономии материальных затрат за счет каждого фактора второго порядка.

Каждый фактор второго порядка изменяется, в свою очередь, под влиянием изменения структуры продукции, изменения уровня затрат, цен на материальные ресурсы, отпускных цен на продукцию, которые являются по отношению к величине материальных затрат для аддитивного типа факторной системы факторами третьего порядка [2; 236, 237].

На изменение уровня материальных затрат на отдельные изделия (удельную материалоемкость) оказывают влияние мероприятия инновационной деятельности. Основные из них: совершенствование конструкторских характеристик изделий; внедрение новой техники; внедрение новых прогрессивных видов сырья, материалов, топлива; повышение уровня квалификации работников и др.

Результаты анализа материальных затрат используются при нормировании расходов сырья и материалов на изготовление продукции, а также при определении общей потребности в материальных ресурсах на выполнение производственной программы.

*Управление использованием основных  
производственных фондов*

Анализ основных фондов может проводиться по нескольким направлениям, разработка которых в комплексе позволяет оценить структуру, динамику и эффективность использования основных средств. Направления анализа основных средств и соответствующие задачи, решаемые в рамках каждого направления, представлены в таблице.

Т а б л и ц а

**Направления и задачи анализа основных  
средств (основных фондов)**

Направления анализа	Задачи анализа
Анализ структурной динамики основных средств	Оценка размера и структуры вложений капитала в основные средства. Определение характера и размера влияния изменения стоимости основных средств на финансовое положение предприятия и структуру баланса
Анализ эффективности использования основных средств	Анализ движения основных средств. Анализ показателей эффективности использования основных средств. Анализ использования времени работы оборудования. Интегральная оценка использования оборудования
Анализ эффективности затрат по содержанию и эксплуатации оборудования	Анализ затрат на капитальный ремонт. Анализ затрат по текущему ремонту. Анализ взаимосвязи объема производства, прибыли и затрат по эксплуатации оборудования

*Примечание.* Использованы данные работы [3; 141]

Выбор направлений анализа и решаемых аналитических задач определяется потребностями управления. Анализ основных средств нацелен на выбор оптимального варианта их использования.

Обобщающим показателем эффективности использования основных производственных фондов является фондоотдача. Повышение данного показателя при прочих равных условиях — один из факторов интенсивного роста объема выпуска продукции. Превышение прироста выпуска за счет фондоотдачи над долей прироста за счет увеличения ресурсов означает, что темп роста выпуска продукции выше темпа роста затрат ресурсов, что при прочих равных условиях (неизменности показателей использования других видов ресурсов) приводит к увеличению рентабельности капитала и продаж.

Важным условием роста рентабельности при увеличении фондоотдачи является равенство объемов выпуска и реализации продукции, так как фондоотдача рассчитывается по показателю выпуска продукции, а рентабельность отражает финансовый результат от реализации. В этом смысле фондоотдача отражает технологическую, а рентабельность — экономическую эффективность производства.

Для выявления эффективности использования различных групп основных фондов показатель фондоотдачи рассчитывается по группам различных основных фондов. Сопоставление темпов изменения фондоотдачи по разным группам основных фондов дает возможность определить направления совершенствования их структуры.

Для разработки технологической политики предприятия используют элементарный факторный анализ показателей эффективности использования основных средств, и в первую очередь фондоотдачи.

*Управление трудовыми ресурсами задачи анализа*

Формирование, развитие трудовых ресурсов, повышение качества трудовой жизни, осуществляемые в рамках управления трудовыми ресурсами, — главные факторы достижения целей предприятия и получения преимуществ в конкурентной борьбе.

Традиционно в процессе анализа трудовых ресурсов изучаются [3; 146]:

- обеспеченность рабочих мест производственных подразделений персоналом в требуемом для производства профессиональном и квалификационном составе — обеспеченность производства трудовыми ресурсами;
- использование трудовых ресурсов — рабочего времени в процессе производства;
- эффективность использования трудовых ресурсов — выработка продукции на одного работающего и на этой основе изменение производительности труда;
- эффективность использования средств на оплату труда.

Основные показатели, характеризующие использование труда на предприятии, — это показатели использования рабочей силы и рабочего времени, производительность труда, относительные показатели издержек, связанных с оплатой труда.

Как правило, обеспечение высокой производительности труда требует эффективного функционирования всей системы управления предприятием с учетом комплексного использования функций планирования, организации, мотивации и контроля, а также связующих процессов (коммуникаций, принятия решений и обеспечения эффективного лидерства). Такое управление базируется на концепции тесной взаимосвязи реализации функций и процессов в конкретной ситуации. При этом реализация оптимального (лучшего) решения определяется конкретными ситуационными факторами внешней среды и внутренних переменных [4; 404].

Для обеспечения стабильного роста производительности руководство предприятия и его подразделения должны четко увязывать заработную плату и продвижение по службе с показателями производительности труда и конечными результатами работы предприятия. Этот принцип должен последовательно и неукоснительно осуществляться на всех уровнях управления. При этом система поощрений должна стимулировать как текущие, так и перспективные усилия по обеспечению роста производительности даже при краткосрочных отрицательных результатах (особенно это необходимо учитывать при поощрениях высшего уровня управления). Система должна быть ориентирована на то, чтобы поощрять все действия, которые направлены на повышение производительности и эффективности деятельности предприятия (корпорации).

#### *Показатели финансового состояния предприятия*

В рыночных условиях исключительно велика роль анализа финансового состояния (положения) предприятия, которое представляет собой отражение финансовой устойчивости.

Финансовое состояние предприятия характеризуется следующими показателями (коэффициентами) [5; 532, 533]:

1. Платежеспособность предприятия — способность выполнять свои внешние (краткосрочные и долгосрочные) обязательства, используя свои активы. Коэффициент платежеспособности ( $K_n$ ) определяется соотношением

$$K_n = \frac{\text{Собственный капитал}}{\text{Общие обязательства}} \cdot 100\%$$

Коэффициент измеряет финансовый риск, т.е. вероятность банкротства. Высокий коэффициент платежеспособности отражает минимальный финансовый риск и хорошие возможности для привлечения дополнительных средств со стороны.

2. Ликвидность предприятия отражает его способность вовремя оплатить предстоящие долги (обязательства) или возможность превратить статьи актива баланса (основные и оборотные средства, включая ценные бумаги и прочие активы) в деньги для оплаты обязательств.

3. Коэффициент общей ликвидности ( $K_{ол}$ ) определяется отношением

$$K_{ол} = \frac{\text{Оборотные средства в деньгах}}{\text{Краткосрочные обязательства}}$$

Чем выше  $K_{ол}$ , тем выше платежеспособность фирмы.

4. Коэффициент покрытия ( $K_{по}$ ) определяется отношением

$$K_{по} = \frac{\text{Все оборотные средства}}{\text{Краткосрочные обязательства}}$$

Коэффициент показывает, в какой мере краткосрочная задолженность предприятия покрывается его оборотными активами. Выбор и использование тех или иных показателей диктуется целями

проводимого анализа. Следует отметить, что для определения реального состояния дел предприятия необходим анализ его баланса и основных показателей не менее чем за три года.

В заключение важно отметить, что использование рассмотренной системы показателей в практических расчетах позволяет достаточно четко и точно определить эффективность функционирования предприятия.

*Важность систематического и всестороннего  
изучения деятельности предприятия*

По мнению отдельных специалистов [6; 149], систематическое и всестороннее исследование деятельности предприятия позволяет:

- быстро, качественно и профессионально оценивать результативность хозяйственной деятельности как предприятия в целом, так и его структурных подразделений;
- точно и своевременно находить и учитывать факторы, влияющие на получаемую прибыль по конкретным видам производимых товаров и предоставляемых услуг;
- определять затраты на производство (издержки производства) и тенденции их изменения, что необходимо для разработки ценовой политики предприятия;
- находить оптимальные пути решения проблем предприятия и получения прибыли в ближайшей и отдаленной перспективе.

При рассмотрении показателей важно отметить, что рыночные отношения предполагают, что в каждой сфере бизнеса должны быть свои показатели (часто нигде более не применяемые). Так, например, во многих отраслях пищевой промышленности (консервная, сахарная и др.) большое значение в деле снижения издержек производства имеют степень глубины переработки сырья, использование вторичного сырья и пр.

Важно усвоить, что нет и не может быть такого показателя хозяйственной деятельности, который годился бы на все случаи жизни. Для того чтобы развиваться в условиях острой конкуренции, руководитель, предприниматель должен видеть, чувствовать результаты всех видов деятельности, а это означает, что необходимо формирование системы взаимосвязанных показателей, отражающих степень достижения целей, период и тип организации.

Список литературы

- 1 Грузинов В.П., Масимов К.К., Эриашвили Н.Д. Экономика предприятия: Учебник. — М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. — 535 с.
- 2 Любушин Н.П., Лещева В.Б., Дьякова В.Г. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: Учеб. пособие. — М.: ЮНИТИ – ДАНА, 1999. — 471 с.
- 3 Басовский Л.Е., Басовская Е.Н. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учеб. пособие. — М.: ИНФРА – М, 2004. — 366 с.
- 4 Гончаров В.И. Менеджмент: Учеб. пособие. — Минск: Мисанта, 2003. — 624 с.
- 5 Экономика предприятия: Учебник / Под ред. Н.А.Сафронова. — М.: Юрист, 1998. — 584 с.
- 6 Грузинов В.П., Грибов В.Д. Экономика предприятия: Учеб. пособие. — М.: Финансы и статистика, 1997. — 208 с.

Т.Б.Қазбеков

**Кәсіпорынның өндіріс тиімділігінің және қаржылық  
жағдайының көрсеткіштер жүйесі**

Мақалада өндірістің экономикалық тиімділігінің және оның түрлерінің мәні ашылған. Кәсіпорын қызметінің барлық тұстарын қамтитын көрсеткіштердің теория мен тәжірибеде төрт тобын ажыратып көрсету қажеттігі негізделген. Әр түрлі факторларға орай материалдардың шығындарының құрылымдық-логикалық үлгісі ұсынылған. Негізгі қорларда талдаудың бағыттары және тиісінше әрбір бағытта шешілетін міндеттер қарастырылған. Еңбек ресурстарын басқарудың және оларды талдаудың негізгі мәселелері суреттелген. Қаржылық тұрақтылықты бейнелейтін кәсіпорынның қаржылық жағдайын талдау маңыздылығы көрсетілген.

Т.В.Казбеков

## System of indicators of production efficiency and financial condition of the enterprise

The attention to disclosure of essence of economic efficiency of production and to types of effect is paid. Expediency of allocation locates in the theory and in practice of four groups of the indicators covering all aspects of activity of the enterprise. The structural and logical model of change of material inputs depending on various factors is studied. The directions of the analysis of fixed assets and the corresponding tasks solved within each direction are considered. Questions of management of a manpower and tasks of their analysis are described. Importance of the analysis of a financial condition of the enterprise which represents reflection of financial stability is emphasized.

### References

- 1 Gruzinov V.P., Masimov K.K., Eriashvili N.D. *Economic of the enterprise*, textbook, Moscow: Banks and exchanges, UNITY, 1998, 535 p.
- 2 Lyubushin N.P., Leshcheva V.B., Dyakova V.G. *Analysis of financial and economic activity of the enterprise*, manual, Moscow: UNITY, it is GIVEN, 1999, 471 p.
- 3 Basovsky L.E., Basovskaya E.N. *Complex economic analysis of economic activity*, manual, Moscow: INFRA – M, 2004, 366 p.
- 4 Goncharov V.I. *Management*, manual, Minsk: Misanta, 2003, 624 p.
- 5 *Economy of the enterprise*, textbook / under N.A.Saffronov's edition, Moscow: Urist, 1998, 584 p.
- 6 Gruzinov V.P., Gribov V.D. *Economy of the enterprise*, manual, Moscow: Finance and statistics, 1997, 208 p.

Е.Т.Акбаев<sup>1</sup>, А.А.Дуйсембаев<sup>2</sup>, К.К.Хасенова<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букетова  
<sup>2</sup>Евразийский национальный университет им. Л.Н.Гумилева, Астана  
(E-mail: erbolsyn.2011@mail.ru)

## Проблемы стратегического управления и планирования деятельности коммерческого банка

Рассматривается процесс стратегического менеджмента в коммерческом банке в контексте перехода отечественной экономики к инновационному виду экономического роста. Раскрывается взаимосвязь основных понятий стратегического управления. Отмечается, что существенной составной частью процесса стратегического менеджмента банковской деятельностью является стратегическое планирование. Уделяется особое внимание главным составляющим стратегического плана банка. Делается вывод, что стратегическое планирование является функцией направленности развития банка, а долгосрочное планирование – функцией времени.

*Ключевые слова:* стратегическое управление, стратегическое планирование, этапы, взаимосвязь, стратегия, элементы, план, компоненты, типы, банковский бизнес.

### *Возрождение методов и подходов стратегического управления и планирования в последние годы*

Термины «стратегическое управление» и «стратегическое планирование» широко вошли в практику западного менеджмента в 60-е годы XX в. При этом период увлечения методами стратегического планирования в 60-е и 70-е годы сменился некоторым охлаждением, за которым последовало возрождение методов и подходов стратегического управления и планирования в 90-е годы прошлого столетия. Последняя тенденция продолжается и в наши дни.

Для отечественной практики методы стратегического управления настолько новы, насколько и хорошо знакомы, — все зависит от подхода. С одной стороны, пятилетние планы, долгосрочное планирование в экономике прочно вошли в актив хозяйственной практики прошлого. В то же время современные методы стратегического планирования, адекватные рыночным условиям и применяемые в быстро меняющейся внешней среде, в меньшей степени были известны хозяйственным руководителям советских предприятий. В 90-е годы XX столетия и в первые годы XXI в. в отечественной практике наблюдается бурное распространение методов и технологий стратегического управления в целом и стратегического планирования в частности.

Стратегический менеджмент (стратегическое управление) — деятельность по обеспечению реализации целей организации (банка) в условиях динамичной, изменчивой и неопределенной среды, позволяющая оптимально использовать существующий потенциал и оставаться восприимчивой к внешним требованиям.

Стратегический менеджмент — область научных знаний, охватывающая методологию принятия стратегических решений и способы их практической реализации для достижения целей организации [1–4].

Организация представляет собой открытую систему, целостность, состоящую из многочисленных взаимозависимых частей, тесно переплетающихся с внешним миром.

Процесс стратегического управления (стратегического менеджмента) дает представление об этапах, содержании работ и логической последовательности их выполнения. Процесс стратегического управления является разновидностью процесса разработки и принятия управленческих решений и содержит в общем виде следующие этапы: диагностирование и структуризация проблем, формирование решения, реализация решения, контроль за выполнением и оценка решения.

Особенностью процесса стратегического управления являются:

- сложность описания объектов анализа, которое может быть произведено на словесном, структурно-логическом и математическом языках;
- невозможность полного описания объектов анализа, вследствие чего преобладают слабоструктуризованные и неструктуризованные задачи;

- большая степень неопределенности получения результатов при реализации решений (стратегий);
- наличие значительного количества частично управляемых и неуправляемых переменных;
- критерии решения задач заранее четко не установлены и уточняются руководством по мере их решения;
- большая трудоемкость и длительность процесса, требующая значительных затрат и использования высококвалифицированных специалистов.

Процесс стратегического управления представлен на рисунке 1.

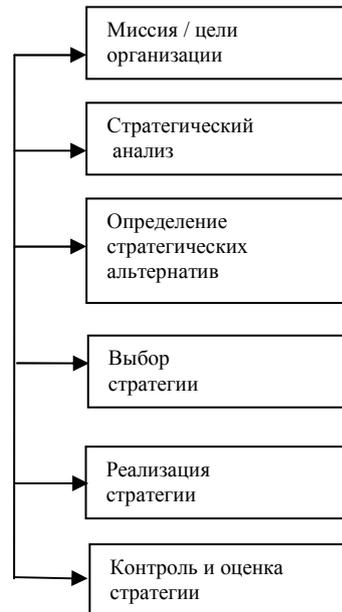


Рисунок 1. Процесс стратегического управления (данные работы [5; 22])

В левой части рисунка стрелки означают обратную связь и возможность уточнения, доработки результатов предыдущего этапа, если от этого зависит качественное выполнение последующего этапа процесса. Процесс состоит из шести последовательно выполняемых этапов.

Задача стратегического менеджмента состоит в достижении целей организации путем оптимального использования ее внутренних переменных (существующего потенциала) с учетом факторов внешней среды и приведения потенциала организации в соответствие с требованиями изменяющейся внешней среды для обеспечения конкурентоспособности и эффективного функционирования в будущем (рис. 2).

Потенциал организации представляет собой совокупность всех ее возможностей по выпуску продукции и оказанию услуг и охватывает как внутренние переменные, так и возможности общеорганизационного руководства — управленческий потенциал.

Конкурентоспособность — это способность предприятия противостоять другим предприятиям, вести с ними успешную борьбу за рынки сбыта товаров и услуг.

Стратегия есть набор правил для принятия решений, которыми организация руководствуется в своей деятельности. Различают четыре группы таких правил [6; 10, 11].

1. Правила, используемые при оценке результатов деятельности организации в настоящем и в перспективе. При этом качественную сторону критериев оценки называют ориентиром, а количественное содержание — заданием.

2. Правила, по которым строятся отношения организации с внешней средой, определяющие, какие виды продукции и технологии она будет разрабатывать, куда и кому сбывать свои изделия, каким образом добиваться превосходства над конкурентами. Этот набор называется продуктово-рыночной стратегией, или стратегией бизнеса.

3. Правила, по которым устанавливаются отношения и процедуры внутри организации. Зачастую их называют организационной концепцией.

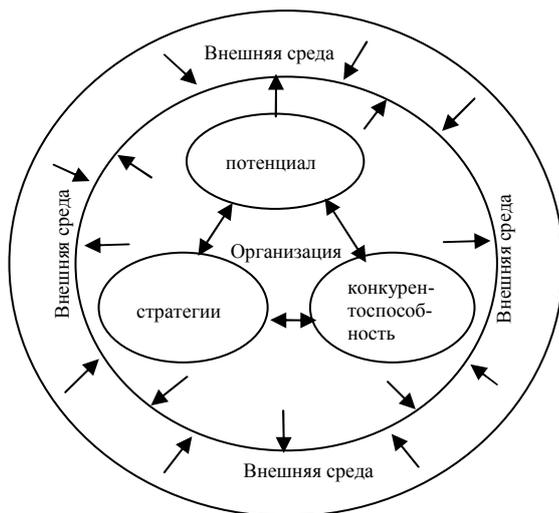


Рисунок 2. Взаимосвязь основных понятий стратегического менеджмента (данные работы [6; 10])

4. Правила, по которым организация ведет свою повседневную деятельность. Эти правила еще называются основными оперативными приемами.

*Стратегическое планирование — составная часть процесса стратегического менеджмента банковской деятельностью*

Процесс стратегического управления включает в себя три стадии — стратегическое планирование, реализацию стратегии, стратегический контроль (рис. 3).



Рисунок 3. Составные элементы стратегического управления (данные работы [7; 8])

Как видим, сущностной составной частью процесса стратегического менеджмента банковской деятельностью является стратегическое планирование. Его результатом должны являться подготовка предложений по установлению долгосрочных целей и выработка проектов планов текущей деятельности, направленных на их достижение.

Само по себе стратегическое планирование не обеспечивает успеха банка, даже при великолепно разработанной стратегии банк может постигнуть неудачу в результате просчетов в действиях по организации, мотивации и контролю. Оно способствует строгой координации усилий, предпринимаемых банком, требует четкой постановки задачи и политических установок, обеспечивает единство общей цели внутри организации.

Стратегический план — это последовательность укрупненных действий для достижения поставленных целей. В банковском стратегическом плане находят отражение:

- исходные условия и оценка среды, в которой банку предстоит действовать;
- приоритеты рынка, под воздействием которых происходит распределение средств;
- оценка сильных и слабых сторон банка, возможностей и опасностей;

- коррективы стратегии в целях реализации рыночных возможностей;
- выбор времени стратегических действий;
- ожидаемые результаты.

Существует ряд требований, которые предъявляются к стратегическому плану; принципиальным является точное соответствие его миссии банка. Без этого невозможно развитие организации в направлении, закреплённом в официальном программном заявлении.

План должен быть увязан с имеющимися возможностями и ресурсами, так как недооценка плановых возможностей банка неизбежно ведет к неполному раскрытию потенциала, а их переоценка может повлечь за собой серьезные последствия, например, связанные с неправильным размещением средств банка, приостановлением осуществления активных операций и, как следствие, потерей клиентов и снижением получаемой прибыли.

Важным требованием к стратегическому плану банка является его внутренняя совместимость с планами структурных подразделений. Это обеспечивает координацию усилий всех организационных единиц банка при достижении корпоративных целей.

Без объективной оценки складывающейся ситуации стратегический план становится дезориентированным, т. е. неправильно оцениваются возможности и опасности, сильные и слабые стороны конкурентов, искажаются приоритеты инвестирования и т.п.

Стратегический план должен содержать развернутое описание намечаемых мероприятий и сроков их осуществления, а также ожидаемых последствий (в том числе предполагаемый размер различных показателей финансовой деятельности) в результате выполнения действий, предусмотренных планом.

Стратегическое планирование определяет, какие продукты будет выпускать организация, на каких рынках будет присутствовать, какие ресурсы вовлекать, а также какие технологии использовать на перспективу. Деловые стратегии могут включать в себя географическое расширение, разнообразие, приобретение, развитие изделия, рыночное проникновение, сокращение, ликвидацию и объединение предприятий. Стратегия, в конечном счете, определяет конкурентные преимущества.

Этап реализации стратегии не менее важен, чем этап ее формирования в рамках стратегического планирования. Сформулированная, но не реализованная стратегия — это не просто бессмысленная трата времени, это абсурдная ситуация. Каждая стратегия формируется для ее воплощения.

Реализация стратегии предполагает, что организация устанавливает тактические цели, мотивирует работников и распределяет ресурсы таким образом, чтобы могла быть достигнута стратегическая цель. При этом формируется, развивается и поддерживается корпоративная культура, которая способствует реализации стратегии. Также создается определенная организационная структура управления, распределяются маркетинговые усилия, подготавливаются бюджеты, развивается информационная система, а также устанавливается соответствующая система оплаты труда. Персонал мобилизуется для того, чтобы реализовать выбранную стратегию, что предполагает дисциплину и ответственность. Успех реализации стратегии критическим образом зависит от адекватной мотивации сотрудников.

На стадии стратегического контроля осуществляется анализ того, насколько успешна принятая стратегия, насколько полно она осуществлена.

#### *Компоненты стратегического плана банка*

Компонентами стратегического плана являются задача, цели, диагноз исходного положения рынка, оценка факторов, влияющих на стратегию банка, оценка рисков и возможностей, стратегия развития хозяйственного портфеля, стратегические изменения в регулируемых факторах, оценка финансовых результатов [8; 29, 30].

Задача (миссия) банка определяется на самом первом этапе осуществления маркетинговых мероприятий и служит отправной точкой при стратегическом планировании. Она устанавливает то, к чему банк стремится, и затрагивает уровень организационных подразделений, очерчивая круг их деятельности.

Цели представляют собой расшифровку задачи и характеризуются измеримостью и конкретностью. Цели могут определяться по балансовым статьям, некоторым расчетным показателям (например: ROI — рентабельность инвестиций, ROA — рентабельность активов) и по более конкретным показателям, таким как объем, эффективность и качество.

Диагноз исходного положения рынка должен отражать состояние среды в целом и в отдельных сегментах, в которых действует банк.

*Оценка факторов, воздействующих на стратегию банка.* В плане должна содержаться объективная оценка сильных и слабых сторон банка (говорить о силе или слабости можно только имея базу сравнения, в данном случае конкурентов) в отношении доли обслуживаемого рынка, качества оказываемых услуг и их цен.

*Оценка рисков и возможностей.* Стратегический план должен содержать оценку рыночных опасностей, а также возможностей достижения целей и задач в каждом из сегментов, в которых банк действует или только намеревается действовать.

*Стратегия развития хозяйственного портфеля.* Для каждого участка рынка, где действует банк, определяется направление вложения средств. Стратегический план должен отражать четко сформулированные цели для каждого из таких участков рынка и размер средств, необходимых для их достижения.

*Стратегические изменения в регулируемых факторах.* Рыночные условия меняются довольно часто. В развитие планов действий разрабатываются специальные программы со своими задачами, конкретными мероприятиями и временными рамками.

*Оценка финансовых результатов.* Это возможный результат деятельности банка за год, выраженный в стоимостной оценке.

Стратегический план детализируется в разрезе каждого организационного уровня банка. Существует своего рода три уровня планирования: корпоративный, уровень подразделений и уровень рыночного сегмента. Отправной точкой стратегического планирования служат особенности рыночного сегмента. Однако все уровни тесно взаимосвязаны и какие-либо изменения на любом из них сразу же сказываются и на других.

#### *Выделение типов деловых стратегий*

На сегодняшний день теория и практика бизнеса выработали множество стратегических подходов ведения дела. Это разнообразие обусловлено конкретными условиями, в которых осуществляется бизнес: совокупностью внешних и внутренних факторов, тенденциями в соответствующей отрасли, характером поставленных целей бизнеса и рядом других факторов. Основные типы деловых стратегий предприятия представлены на рисунке 4.

Все типы стратегий, встречающиеся в мире бизнеса, можно объединить в три группы [9; 120–123]:

- а) наступательные, или стратегии прорыва;
- б) оборонительные, или стратегии выживания;
- в) стратегии сокращения и смены видов бизнеса.

Каждая из них имеет множество вариантов в зависимости от конкретных условий деятельности фирмы. Существуют и многоцелевые стратегии, которые сочетают в себе элементы каждой из групп.

Понятно, что более привлекательной является наступательная стратегия, или стратегия прорыва, которая преследует цель завоевать определенную долю на рынке, а нередко и занять лидирующие позиции на новом рынке или в новой отрасли. Наступательная стратегия, как правило, основана на реализации определенной инновации и предполагает предпринимательский подход. Вариантов данной стратегии в практике мирового бизнеса достаточно много.

Наступательные стратегии основаны, как правило, на научных открытиях и изобретениях, рассчитаны на занятие лидирующего положения на рынке или в отрасли. Однако они требуют значительных финансовых затрат, имеют высокую степень риска, но в случае успеха дают высокие результаты.

Оборонительная стратегия, или стратегия выживания, предполагает сохранение фирмой имеющейся рыночной доли и удержание своих позиций на рынке. Подобная стратегия выбирается, если рыночная позиция фирмы удовлетворительная или у нее недостаточно средств для проведения активной наступательной стратегии; фирма опасается проводить последнюю из-за нежелательных ответных мер сильных конкурентов или наказующих мер со стороны государства.

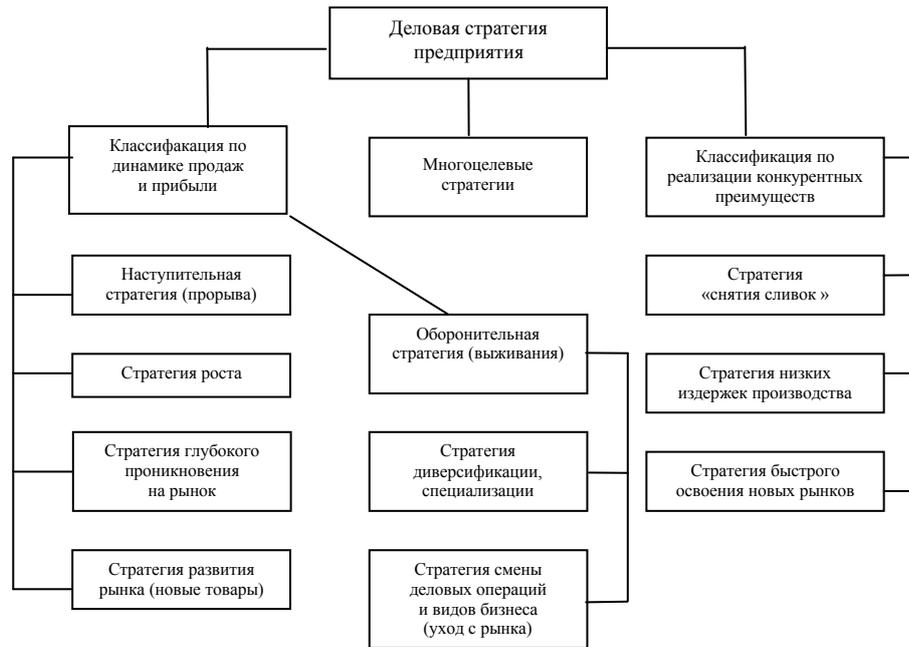


Рисунок 4. Типы деловых стратегий (данные работы [9; 20])

Однако такой тип стратегии довольно опасен и требует самого пристального внимания со стороны осуществляющей ее фирмы к вопросам научно-технического прогресса и действиям фирм-конкурентов. Фирма может оказаться на грани краха и вынуждена будет уйти с рынка, так как не замеченные вовремя инновации конкурентов приведут к снижению их издержек производства и подорвут позиции обороняющей компании.

Стратегия сокращения и смены видов бизнеса используется в ситуациях, при которых фирма нуждается в перегруппировке сил после длительного периода роста или в связи с необходимостью повышения эффективности, когда наблюдаются спады и кардинальные изменения в экономике, такие как структурная перестройка и т.п.

На практике предприятия могут одновременно реализовывать не одну, а несколько стратегий. Особенно это распространено у многоотраслевых компаний.

Широко применяется на практике группа стратегий под общим названием «стратегия роста». Она предполагает изменение услуги и (или) рынка.

Стратегия глубокого проникновения на рынок обусловлена тем, что фирма делает все, чтобы с помощью данной услуги на данном рынке завоевать лучшие позиции.

Стратегия развития рынка заключается в поиске новых рынков для уже производимой услуги.

Стратегия развития услуги предполагает рост за счет выхода на освоенный рынок с новой услугой.

Стратегия диверсификации осуществляет выход с новыми услугами на новый рынок.

Другая группа стратегий связана с расширением фирмы за счет новых структур. Они называются стратегиями интегрированного роста.

Фирма может осуществлять интегрированный рост как путем приобретения собственности, так и расширением изнутри.

Таким образом, стратегий развития бизнеса довольно много. Задача руководства фирмы заключается в том, чтобы выбрать наиболее подходящую с учетом конкретных условий и целей бизнеса.

#### *Вопросы применения стратегического менеджмента в банках*

Стратегический менеджмент в банках следует применять последовательно, в соответствии с внешними обстоятельствами, внутренней средой, с ее особенностями. Однако при этом нельзя забывать, что банки не могут существовать за пределами экономики и в значимой мере характеризуют ее состояние. В свою очередь и экономика предъявляет к банкам все более серьезные требования.

На основе аналитических данных и прогнозов банк может осуществить выбор стратегии в конкурентной борьбе, т. е. сформулировать долгосрочную (стратегическую) цель и определить пути ее достижения [10; 90, 91]:

1. Применительно к сфере банковского бизнеса стратегия лидерства в снижении издержек предполагает, что банк ориентируется на широкий рынок и производит услуги в большом количестве. С помощью массового производства банк может минимизировать свои издержки и продавать товар (банковский продукт или услугу) по относительно низким ценам. Это позволяет иметь более высокую долю прибыли по сравнению с конкурентами, лучше реагировать на рост себестоимости банковских услуг и привлекать клиентов, ориентированных на уровень цен, и за счет этого повышать рентабельность. Такая стратегия применима на рынках стандартизированных товаров и услуг при совершенной конкуренции и однородной олигополии.

2. Стратегия фокусирования предполагает, что банк фокусирует свой интерес, внимание на узком рынке либо рыночном секторе, на конкретном виде продукта либо услуге, на конкретной группе потребителей либо покупателей, на конкретном регионе.

3. Стратегия глубокого проникновения на рынок. Цель — увеличение объемов продаж имеющихся товаров на существующих рынках.

4. Стратегия развития рынка, либо рыночная экспансия. Данная стратегия ориентирована на поиск новейших рынков, новейших сегментов рынка для уже освоенных продуктов. Доход гарантируется благодаря расширению рынка сбыта как в пределах географического региона, так и за его пределами.

5. Стратегия сокращения применяется в случае, если предприятие приходит к такой точке своего развития, когда у него просто нет другого выхода. Необходимо пережить нестабильный период, остановить убыточное производство, сменить поле деятельности и тому подобное.

Важно отметить, что стратегическое планирование (в отличие от долгосрочного) ориентировано не на элементарную фиксацию показателей деятельности банка на долгосрочную перспективу. Оно предусматривает выбор таких направлений и сфер деятельности, которые обеспечат рост его конкурентоспособности. Таким образом, стратегическое планирование является функцией направленности развития банка, а долгосрочное планирование — функцией времени.

### Список литературы

- 1 Каренов Р.С. Стратегический менеджмент. — Караганда: ИПЦ «Профобразование», 2006. — 362 с.
- 2 Кэмпбелл Д., Стоунхаус Дж., Хьюстон Б. Стратегический менеджмент: Учебник: Пер. с англ. — М.: ООО «Издательство Проспект», 2003. — 336 с.
- 3 Панов А.И. Стратегический менеджмент: Учеб. пособие. — М.: ЮНИТИ–ДАНА, 2002. — 240 с.
- 4 Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: Учебник: Пер. с англ. — М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. — 576 с.
- 5 Виноградов В.А. Организация стратегического управления на предприятии. — М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. — 160 с.
- 6 Люкишинов А.Н. Стратегический менеджмент: Учеб. пособие. — М.: ЮНИТИ–ДАНА, 2000. — 375 с.
- 7 Гапоненко А.Л., Панкрухин А.П. Стратегическое управление: Учебник. — М.: Омега-Л, 2008. — 464 с.
- 8 Сейткасимов Г.С., Ильяс А.А. Банковский менеджмент: Учеб. пособие. — Астана: КазУЭФимТ: ИПЦ, 2008. — 223 с.
- 9 Грибов В.Д., Леонов А.Л. Экономика предприятия сервиса: Учеб. пособие. — М.: КНОРУС, 2011. — 280 с.
- 10 Байтанаева Б.А., Оспанова А.К. Стратегическое планирование в коммерческом банке как предпринимательской организации // Транзитная экономика. — 2015. — № 1. — С. 88–91.

Е.Т.Ақбаев, А.А.Дүйсембаев, К.Қ.Хасенова

## Коммерциялық банк қызметін стратегиялық басқару және жоспарлау мәселелері

Мақалада отандық экономиканың экономикалық өсудің инновациялық түріне өту тұрғысынан алғандағы коммерциялық банктегі стратегиялық менеджмент үдерісі қарастырылған. Стратегиялық басқарудың негізгі ұғымдарының өзара байланысы ашылған. Банктік қызметтің стратегиялық жоспарлау болатындығы айтылған. Банктің стратегиялық жоспарының басты құраушыларына айрықша көңіл бөлінген. Стратегиялық жоспарлау — банктің даму бағытының функциясы, ал ұзақ мерзімді жоспарлау уақыт функциясы болып табылатындығы туралы қорытынды жасалған.

E.T.Akbayev, A.A.Duysembayev, K.K.Hasenova

## The problems of strategic management and planning of commercial Bank

In this article examines the process of strategic management in a commercial Bank in the context of the transition of the national economy to an innovative type of economic growth. In this article reveals the relationship of the basic concepts of strategic management. It's noted that the essential part of the process of strategic management in banking activities is strategic planning. The special attention is paid to the main components of the strategic plan of the Bank. It is concluded that strategic planning is a function of the orientation of the Bank, and long – term planning is a function of time.

### References

- 1 Karenov R.S. *Strategic management*, Karaganda: CPI «Vocational education», 2006, 362 p.
- 2 Campbell D., Stonehouse G., Houston B. *Strategic management*, textbook, translate from Engl., Moscow: OOO Publ. house Prospect, 2003, 336 p.
- 3 Panov A.I. *Strategic management*, textbook, Moscow: UNITY–DANA, 2002, 240 p.
- 4 Thompson A.A., Strickland A.J. *Strategic management. The art of crafting and implementing strategy*, tutorial, translate from Engl., Moscow: Banks and exchanges, UNITY, 1998, 576 p.
- 5 Vinogradov V.A. *Organization of strategic management at the enterprise*, Moscow: Centre of Economics and marketing, 1996, 160 p.
- 6 Lukchinov A.N. *Strategic management*, textbook, Moscow: UNITY-DANA, 2000, 375 p.
- 7 Gaponenko A.L. Pankrukhin A.P. *Strategic management*, textbook, Moscow: Omega-L, 2008, 464 p.
- 8 Seitkasimov G.S., Ilyas A.A. *Bank management: training manual*, Astana: KazUEMT: CPI, 2008, 223 p.
- 9 Gribov V.D., Leonov A.L. *Economics of enterprise services: training manual*, Moscow: KNORUS, 2011, 280 p.
- 10 Baitanaeva B.A., Ospanova A.K. *Transit economy*, 2015, 1, p. 88–91.

Л.С.Комекбаева, Т.С.Артухевич

*Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букетова  
(E-mail: my-territory@mail.ru)***Функционирование финансов банка и пути их улучшения**

Отмечается, что в настоящее время, несмотря на трудности в мировой экономике, связанные с мировым финансово-экономическим кризисом, функционирование финансов банков в Казахстане продолжается. Подчеркивается, что в современных условиях, чтобы ликвидность и прибыльность банка не падали, необходимо изыскивать пути улучшения функционирования финансовой базы. Доказывается, что в настоящий период, в связи с нестабильностью в Казахстане иностранной валюты, населению выгоднее вкладывать денежные средства, а также пользоваться услугами банков в кредитовании именно в национальной валюте. Рассматриваются пути развития банка, а также улучшения его деятельности как для самих банков, так и для населения страны. Делается вывод, что стремлению банков по выходу на принципиально новый уровень ведения бизнеса и получению конкурентных преимуществ способствует создание сбалансированной аналитической системы управления финансовыми потоками.

*Ключевые слова:* финансовые ресурсы, банковский портфель, ликвидность, прибыльность, доход, депозитная база, обменный курс, риск, девальвация, дедолларизация экономики.

Главные вопросы функционирования финансовых ресурсов сводятся к управлению активами и пассивами банка, при этом не только посредством сочетания активных и пассивных оборотов, но и путем установления правильного соотношения между видами вкладов и видами размещения средств для получения большего дохода. Все активы и обязательства банка рассматриваются как составные части его портфеля. При формировании своего портфеля банк проявляет себя как многогранный хозяйствующий субъект, который развивается и как коммерческое предприятие, и как социальный институт. Так как банк — это аккумулятор свободных денежных средств населения, его задача сохранить и приумножить средства населения, стараясь при этом получить максимальную прибыль за оказанные услуги, в связи с чем банк предусматривает несколько путей развития, выступая в качестве коммерческого предприятия и социального института, что видно из рисунка 1.

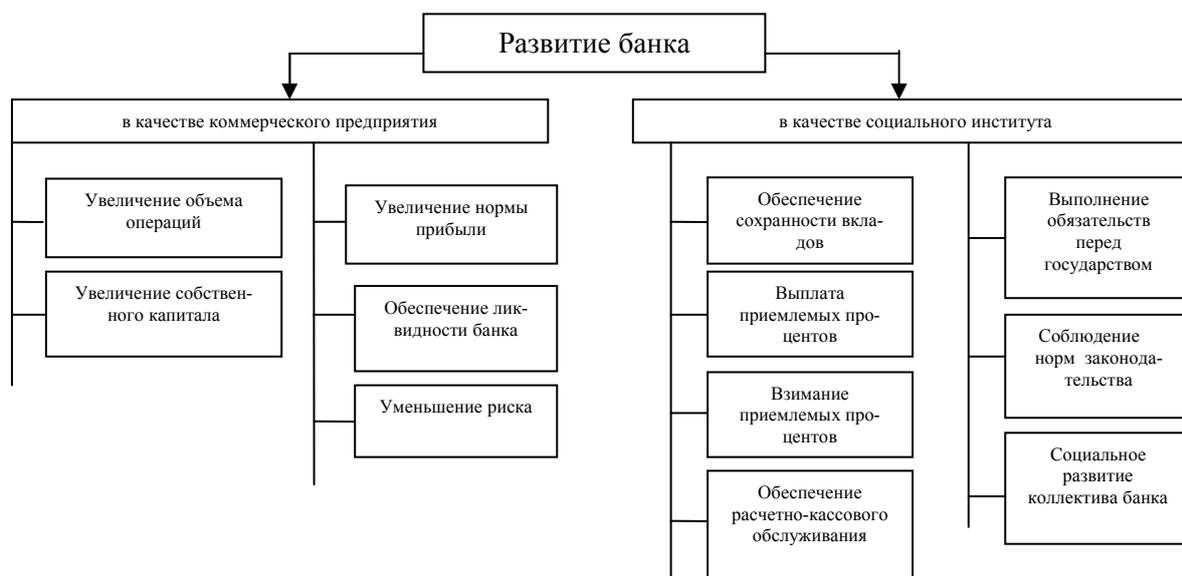


Рисунок 1. Пути развития банка и соотношение по групповым интересам

Управление финансами банка в значительной степени фокусируется на управлении банковскими рисками. Эффективным способом преодоления или минимизации рисков является их регулирование. Степень риска при формировании портфелей или заключении конкретных сделок — это первоначи-

на. Что касается обобщающих показателей (критериев деятельности банка), то таковыми являются рентабельность и ликвидность, поскольку рискованные потери снижают оба эти показателя.

Управление финансами банка осложняется разнообразием и динамикой той «операционной среды», в которой он функционирует. Устойчивость банка определяется экзогенными (внешними) и эндогенными (внутренними) факторами. В массовом банкротстве банков решающая роль принадлежит экзогенным факторам, это — политическая ситуация в стране и регионах, общеэкономическая ситуация, состояние финансового рынка, надежность банков-партнеров, надежность клиентов банка и другое. В нынешней ситуации оптимизация управления финансами в банках второго уровня затрудняется состоянием экономики, связанным с мировым финансово-экономическим кризисом.

Следует отметить, что Казахстану и раньше приходилось сталкиваться со сложными ситуациями в экономике, но нынешний кризис отличается от всех предыдущих, следовательно, и меры для его преодоления должны быть другими. Необходимо предпринять все усилия для преодоления новых вызовов современности и решения возникших проблем в экономике, принимая как тактические, так и стратегические меры. В Послании Президента страны Н.А.Назарбаева народу Казахстана «Стратегия «Казахстан – 2050: новый политический курс состоявшегося государства» поставлена цель — к 2050 г. войти в число 30-ти развитых государств мира. Президент страны Н.А.Назарбаев подчеркнул, что нынешний кризис все расставил на свои места и наступает новое время, меняется мировая экономическая система, усиливается конкуренция [1]. Поэтому нам надо искать свой путь.

В связи с тем, что деятельность финансово-кредитных организаций самым непосредственным образом влияет на функционирование денежного и фондового рынка любого государства, во всех развитых странах банковские системы являются объектом усиленного контроля и надзора на всех уровнях законодательной и исполнительной власти.

Законодательная власть через систему законодательных документов:

- 1) определяет перечень финансовых операций, разрешенных и запрещенных банкам;
- 2) устанавливает состав и предельные значения финансовых нормативов, которые банки должны соблюдать в своей деятельности;
- 3) устанавливает систему налогообложения доходов банков, которая предопределяет структуру банковских портфелей.

Основная цель принимаемых законов — обеспечить устойчивость банковской системы, защитить интересы вкладчиков, государства и предприятий от неумелого или преднамеренно преступного управления банками [2; 5].

Национальный банк, реализуя переданные ему полномочия государства по контролю и регулированию деятельности банков, еще более жестко предопределяет состав банковских портфелей путем выпуска директивно регулирующих актов и постановлений. В частности, он выдает лицензии на определенные типы операций или лишает их, определяет правила проведения ряда операций, устанавливает границы нормативов минимальных размеров уставного капитала, создания резервов, лимиты позиций и другое.

В настоящее время в Казахстане банки второго уровня столкнулись с тем, что на фоне мирового финансово-экономического кризиса население не так активно вкладывает свои сбережения в депозиты банков. Так, за февраль 2014–2015 гг. совокупный депозитный портфель банков вырос всего на 115 млрд тенге. Для сравнения, прирост вкладов в феврале 2013–2014 составил 1,9 трлн тенге. В плюсе 18 банков второго уровня. Наибольший рост вкладов обеспечил Цеснабанк — портфель банка вырос на 198 млрд тенге, до 967 млрд. Следом идет Kaspi bank. Вклады банка за год увеличились на 187 млрд тенге, до 700 млрд. На третьем месте банк RBK — рост портфеля на 185 млрд тенге, до 374 млрд. В среднем доля каждого игрока из ТОП-3 выросла на 1,7 %.

Среди крупных игроков в первую десятку также попали Fortebank с приростом в 111 млрд тенге и Банк ЦентрКредит с приростом в 84 млрд тенге. Единственный игрок из четверки российских банков, попавший в ТОП-10 по абсолютному приросту вкладов за год, — Альфа-банк. Вклады банка выросли на 36 млрд тенге, до 156 млрд, что позволило банку войти в ТОП-15 по объему депозитного портфеля по данным февраля 2015 г.

	Цесна банк	Kaspi bank	RBK
■ 2014 год (в млрд тг.)	769	513	189
■ 2015 год (в млрд тг.)	967	700	374

Рисунок 2. ТОП-3 банков по приросту вкладов населения за год (данные работы [3])

Также помимо того, что активность вкладчиков падает, существует ещё одна проблема в банковском секторе. Так, нестабильность в монетарной политике Национального банка порождает у населения неуверенность к вкладам в национальной валюте. Последняя девальвация не прошла бесследно для депозитной базы банков. После резкой корректировки курса тенге некоторые вкладчики банков стали перекладывать свои тенговые депозиты в валютные. В итоге, по сравнению с началом февраля доля валютных вкладов по всей банковской системе увеличилась на 8,7 % и на конец 2014 г. достигла отметки 52,8 %. Девальвация тенге оказала давление на тенговую ликвидность банков. Некоторые из банков нарастили валютные вклады в своем розничном депозитном портфеле до 64 %. Последние данные Национального банка подтверждают данную тенденцию. В Казкоммерцбанке доля валютных вкладов в депозитном портфеле физических лиц по сравнению с додевальвационным периодом увеличилась на 10,7 %, в Народном банке — на 9,9 %, в Евразийском банке — на 9,4 %. По данным регулятора, если на начало февраля доля депозитов в валюте в Казкоммерцбанке не превышала 52,4 % розничного депозитного портфеля, то на начало июня она достигла отметки 63,1 %. В Народном банке вкладчики также переходили на валютные счета. На начало февраля доля валютных вкладов в этом банке была на уровне 51,3 %, в начале лета она достигла 61,2 %. В Евразийском банке вкладчики также делали ставку на валюту — с 42,5 % до 51,9 %. В других банках первой десятки по активам эффект корректировки курса тенге на депозитной базе отразился не столь заметно. ДБ Сбербанк нарастил долю валютных депозитов на 8,4 %, до 56,5 %, Цеснабанк — на 8,2 %, до 59,7 %, БТА Банк — на 7,9 %, до 46,7 %, Банк ЦентрКредит — на 3,9 %, до 49,2 %, Kaspi bank — на 3,3 %, до 43,4 %, Альянс банк — на 1,4 %, до 35,7 %, АТФ банк — на 0,7 %, до 64,4 % [3]. Между тем прирост долларовой части розничного депозитного портфеля произошел также за счет пересчета валютных вкладов в тенге по новому повышенному курсу. В связи со сложившейся ситуацией Казахстанский фонд гарантирования депозитов снизил рекомендуемую максимальную ставку вознаграждения по новым депозитам физических лиц в иностранной валюте на 1 % — с 5,5 % до 4,5 %. Тем самым получилось, что держать деньги на депозите в тенге вдвое выгоднее, чем в долларах. Это было сделано, чтобы снизить давление на тенге и повысить доверие казахстанцев к национальной валюте.

В совместном заявлении правительства Республики Казахстан и Национального банка в конце декабря 2014 г. сообщалось, что власти больше не допустят резких колебаний обменного курса национальной валюты, однако есть основания, позволяющие усомниться в этих высказываниях. Как известно, тенге не является свободно конвертируемой валютой с плавающим курсом, поэтому Национальный банк Казахстана для сохранения конкурентоспособности экономики в любой момент может девальвировать его по отношению к доллару. С этой точки зрения при пессимистическом сценарии риск девальвации тенге в 2015 г. очень высок. Если Национальному банку Казахстана не удастся защитить уровень USD/KZT = 186, то курс изменится до 210 тенге за 1 доллар. На этот вариант развития событий есть весомый довод — главный экономический партнер Казахстана — Россия находится не в лучшей форме. Вопрос в том, насколько провалится в рецессию экономика Российской Федерации и сумеет ли тенге выдержать давление слабеющего рубля. И тут очень важно удержать тенге в прежних границах, чтобы он не просел под давлением слабеющего рубля. Если рецессия в Российской Федерации ограничится в размерах падением ВВП в диапазоне 0,5–2,0 %, то существующие валютные резервы Республики Казахстан могут позволить Национальному банку Казахстана удержать уровень 186 тенге за 1 доллар. Если же рецессия в России подберется к отметке 5 % и примет затяжной характер, то, вероятно, тенге будет девальвирован примерно на 30–50 % [4]. В оптимистичном же варианте развития событий валютный курс останется неизменным.

Функционирование финансовых ресурсов по части управления активами — тоже очень серьезный вопрос, требующий рассмотрения. На данный момент ситуация складывается таким образом, что брать кредит в иностранной валюте выгоднее, в плане более низкой ставки кредитования в иностранной валюте, так как процентная ставка в долларах в среднем на 2 % ниже. Однако спрогнозировать поведение доллара на валютном рынке в долгосрочном периоде представляется если не невозможным то, по крайней мере, очень затруднительным. Предположим, ежемесячный платеж заемщика со-

ставляет 30 тыс. тенге, или 162 доллара. На сегодня курс американской валюты составляет покупка 185 тенге, продажа 188 тенге, и, допустим, такие показатели будут неизменными в течение пяти лет. Тогда при таких условиях заемщик потеряет только лишь на обмене валюты. Вот где спрятаны пресловутые 2 %. Даже учитывая, что со временем сумма ежемесячного платежа уменьшается, все равно издержки на конвертацию будут более чем внушительные. А исходить из того, что курс доллара будет неизменно падать и можно сэкономить на платежах, нельзя воспринимать всерьез, ведь банк не благотворительная организация, а финансовая, коммерческая. И в работе он руководствуется не альтруистическими побуждениями, а, прежде всего, принципами получения прибыли. Поэтому, чтобы подстраховаться и не быть зависимым от динамики доллара, казахстанские банки вносят в договор о кредитовании пункт о фиксированном курсе доллара на дату заключения договора. Вроде бы ничем не приметный пункт, но с далеко идущими последствиями. Если на момент погашения очередного платежа курс доллара выше установленного в договоре, то заемщик будет платить по повышенному курсу, если курс будет ниже, то по курсу, записанному в договоре. Таким образом, можно прийти к выводу, что кредит лучше всего брать в той валюте, в которой клиент получает зарплату. Если она в национальной валюте, то кредит брать в долларах невыгодно. Это связано с излишними затратами на конвертацию, а также с риском колебания курсов валют.

Безусловно, сегодня банки переживают не лучшие времена, поэтому, чтобы банковская система устояла, правительство ищет различные пути поддержки банков, и заявление главы Национального банка Казахстана Кайрата Келимбетова 12 февраля 2015 г. на брифинге в Астане из этого ряда. Так, глава ведомства заявил, что Национальный банк Казахстана выступает за перевод сделок по покупке недвижимости и транспортных средств в безналичную сферу. По его словам, это решение станет одной из мер по сокращению теневого оборота в стране. Также было озвучено, что одной из мер в рамках программы по дедолларизации экономики является намерение ввести запрет на установление цен на товары и услуги в стране в условных единицах. Обосновывается этот шаг тем, что все развитые страны мира проходили через это, и казахстанцы должны тоже привыкнуть, что в стране ценообразование происходит в национальной валюте. Всё бы ничего, но в этой ситуации явно просматривается желание банков получить дополнительный доход от граждан, находящихся и без того в сложном экономическом положении, не прилагая при этом никаких усилий. Таким образом, Правительство Казахстана совместно с Национальным банком пытается выйти из и без того сложной ситуации более легким путем, девальвируя тенге и запустив программу дедолларизации экономики. Вместо того, чтобы развивать промышленность, тем самым увеличивая рабочие места и доход населения, правительство просто дает банкам дополнительную возможность удержаться на плаву, не давая при этом ничего взамен людям, так нуждающимся в поддержке государства в годы кризиса. При этом все понимают, что квартиры и машины в безналичной форме станут ещё более недосыгаемыми для большинства граждан, ведь их цены вырастут из-за того, что в долю придется брать ещё и государство: налог и курс включают в стоимость.

Совсем недавно, 20 апреля 2015 г. правительством Казахстана было введено ещё одно нововведение в поддержку отечественного автопрома через банки второго уровня. Об этом улучшении на пресс-брифинге заявил председатель правления АО «БРК» Болат Джамисhev. Банк развития Казахстана выделяет 20 млрд тенге на поддержку казахстанского автопрома — кредиты на автомобили будут доступны по номинальной ставке — 4 % годовых. Поскольку срок кредитования заемщиков не более пяти лет, эта программа не одноразовая, она будет действовать постоянно. Банки, по мере возврата средств, будут повторно финансировать заемщиков. Номинальная ставка, по его словам, составит не более 4 % годовых. При этом годовая эффективная ставка, включающая затраты по страхованию и оформлению кредита, — на уровне не выше 7,5 %. Стоимость машин — не более 5 600 000 тенге, ориентировочно в районе 30 000 долларов, если брать в расчет нынешний курс 186 тенге/1 доллар. Это сделано для того, чтобы охватить большее количество заемщиков. Первоначальный взнос — не более 20 %. Заемщиками при этом могут выступать только физические лица. Также председатель правления АО «БРК» заявил, что юридические лица и индивидуальные предприниматели могут воспользоваться второй частью программы — выкупать машины в лизинг. Срок лизинга — от 3 до 5 лет, номинальная ставка вознаграждения — не более 4 %, валюта финансирования — тенге. Первоначальный взнос по лизингу составляет 30 % от стоимости предмета лизинга. Банки, по которым будут выдаваться автокредиты с льготной процентной ставкой, утверждены Государственной комиссией по модернизации экономики Республики Казахстан. Выдвинуты 6 банков второго уровня, а именно АО «Народный банк Казахстана» (4 млрд тенге), АО «Евразийский Банк» (3 млрд тенге),

ДБ АО «Сбербанк России» (2 млрд тенге), АО «ForteBank» (2 млрд тенге), АО «Банк ЦентрКредит» (2 млрд тенге), АО «АТФ Банк» (2 млрд тенге). Заемщикам будут предложены 55 моделей авто таких брендов, как «Chevrolet», «Skoda», «Hyundai», «SsangYong», «Kia» и другие, сборка которых осуществляется на отечественных предприятиях ТОО «СарыаркаАвтоПром», АО «АгромашХолдинг» и АО «АЗИЯ АВТО» [5]. Данное нововведение, с одной стороны, можно оценить как положительное, ведь, во-первых, в данной ситуации идет явная поддержка граждан в непростой период, связанный с мировым финансово-экономическим кризисом, а во-вторых, появляются большие возможности для отечественного автопрома в плане как продаж, так и дальнейшего развития. С другой стороны, есть и явные отрицательные стороны, связанные, прежде всего, с нарушением здоровой конкурентной среды между банками второго уровня. В данной ситуации правительству следовало бы учесть, что те банки, которые будут являться участниками программы льготного кредитования, смогут без особых усилий приумножить свой капитал и укрепить свои позиции в банковском секторе в основном за счет государственной поддержки, что может привести их к расслаблению, ведь за счет программы льготного кредитования клиенты сами, без каких-либо ухищрений банка, будут к ним обращаться. Поэтому остальным банкам, не вошедшим в программу льготного кредитования Казахстана, нужно задуматься, как не потерять свои позиции в банковской среде, а по возможности их приумножить.

В настоящее время источники доходов банков достаточно ограничены и имеют тенденцию к снижению. Доходы от спекулятивных операций на финансовых рынках нестабильны, а инфраструктура, необходимая для осуществления данных операций, дорога.

В создавшейся ситуации одна из наиболее удачных возможностей по выходу на принципиально новый уровень ведения бизнеса и получения конкурентных преимуществ для банков — создание сбалансированной аналитической системы управления финансовыми потоками. Это программное обеспечение позволит банкам эффективно и максимально полно использовать финансовые ресурсы при минимизации рисков [6; 208]. Разработка ресурсной политики и механизма управления ресурсами позволит обеспечить банки ресурсной базой для осуществления кредитной и инвестиционной политики и получения прибыли. Следовательно, целью такого механизма управления ресурсами является нахождение оптимального соотношения между ликвидностью банка и его прибыльностью. А для этого надо, чтобы наша промышленность работала стабильно, обеспечивала население рабочими местами, а значит, и стабильными заработками. Тогда народ понесет свои деньги в банки, а те, в свою очередь, увеличат свою ликвидность и тем самым в выигрыше будут все, включая государство.

#### Список литературы

- 1 Официальный сайт Президента Республики Казахстан Н.Назарбаева. — [ЭР]. Режим доступа: /<http://akorda.kz>.
- 2 Глушков Н.Б. Банковское дело: Учеб. пособие. — М.: Академ. проект, 2005. — С. 5.
- 3 Официальный сайт Национального банка Республики Казахстан <http://www.Nationalbank.kz>
- 4 Курсив — Бизнес новости Казахстана. — [ЭР]. Режим доступа: <http://www.Kursiv.kz>.
- 5 Международное Информационное Агентство KAZINFORM. — [ЭР]. Режим доступа: <http://www.inform.kz>.
- 6 Деньги, кредит, банки: Учебник / Под ред. проф. Г.Н.Белоглазовой. — М.: Юрайт, 2006. — С. 208.

Л.С.Көмекбаева, Т.С.Артухевич

### **Банк қаржыларының қызмет етуі және оларды жақсарту жолдары**

Қазіргі таңда Қазақстанда қаржы-экономикалық дағдарыспен байланысты әлемдік экономиканың қиын кезеңіне қарамастан, банктердің қаржы қызметі жалғасуда. Қазіргі кезде банктердің өтімділігі мен табыстылығы төмендемеу үшін, банктер қаржылық базаны жақсарту жолдарын табу қажет. Қазіргі таңдағы Қазақстандағы шетел валютасының тұрақсыздығына байланысты, ақша құралдарын жинақтау және банктердің несиелік қызметін пайдалану ұлттық валюта да тиімді болып табылатындығы дәлелденген. Банктердің даму жолдары, сонымен қатар банктер және ел үшін де олардың жақсару жолдары қарастырылған. Авторлар банктердің бизнесті жүргізудің жаңа жүйесіне шығу және бәсекелестік артықшылықтарға жету талпынысы қаржылық ағымдарды басқарудың балансталған сараптама жүйесін жасау керектігі жөнінде қорытынды жасады.

L.S.Komekbaeva, T.S.Artukhevich

## Functioning of Finance Bank and ways to improve them

It is noted that, these days, in spite of the difficulties in the world economy, connected with the world financial and economic crisis, the functioning of finance banks in Kazakhstan continues. It is emphasized that, in the present conditions, to make the liquidity and profitability of the bank not falling, banks need to search ways to improve the functioning of the financial framework. It is proved that, at the present, in connection with instability in Kazakhstan of foreign currency, the population is more profitable to invest money and to use the services of banks in lending, exactly in the national currency. The ways of development of the bank are considered, and also the improvement of the banks, themselves, and of the country's population. It is concluded, that the desire of banks to exit to a new level of business, and receiving competitive advantages, is the creation of balanced analytical management system of financial flows.

### References

- 1 The Official website of the President of the Republic of Kazakhstan, [ER]. Access mode: <https://http://akorda.kz>.
- 2 Glushkov N.B. *Banking-tutorial*, tutorial, Moscow: Academic project, 2005, p. 5.
- 3 The official website of National Bank of Kazakhstan [https://http:// www.Nationalbank.kz](https://http://www.Nationalbank.kz).
- 4 Courses — Business news of Kazakhstan, [ER]. Access mode: [https:// http://www.Kursiv.kz](https://http://www.Kursiv.kz).
- 5 International news agencies KAZINFORM, [ER]. Access mode: <https://www.inform.kz>.
- 6 Money, loan, banks, textbook, ed. prof. G.N Beloglazova, Moscow: Yurayt, 2006, p. 208.

Е.С.Карибаев

Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букетова  
(E-mail: www.nbkr.kg)

## Методологические основы исследования денежно-кредитной системы как особого фундаментального элемента общественной системы

В статье выделяется значение денежно-кредитной системы как особого фундаментального элемента общественной системы. Автором рассматриваются современные подходы к определению денежно-кредитной системы. Изучаются основные свойства инструментов денежно-кредитного рынка. Денежно-кредитная система анализируется, прежде всего, как объект регулирования со стороны денежных властей. Данный подход преобладает традиционно в западных денежных теориях. В центре внимания обычно не рассмотрено сущности и функций денег, денежной системы, фундаментальный анализ тех или иных экономических категорий, таких как деньги, кредит, финансы, а определение каналов влияния денежных средств на состояние экономики и оценка эффективности этого влияния, разработка практических рекомендаций по стабилизации экономики с помощью денежно-кредитных мероприятий.

*Ключевые слова:* система, денежно-кредитная система, денежно-кредитная политика, денежно-кредитный рынок, денежный оборот, платежный оборот, денежные агрегаты, платежные средства, элементы, инструменты.

Концепция развития национальной денежно-кредитной системы, как и любая концепция в трактовке определенного способа понимания предмета исследования, руководящей идеи для его систематического освещения с целью последующей интерпритации в законодательное пространство страны и принятия государственно-управленческих решений, базируется на соответствующей методологии исследования.

Денежно-кредитная система является элементом макроэкономической системы, представление о развитии которой, направлениях ее регулирования, выбор концепции регулирования и оптимальных методов являются наиболее проблемными в связи с особой сложностью конституирования самого понятия «система» на макроуровне. Не подлежит сомнению, что развитие любого общества происходит в рамках той или иной общественной системы, а системный анализ, системный подход к исследованию являются наиболее распространенными понятиями в общественной жизни и методами исследования в науке. В этом смысле понятие «системы» двойственно: с одной стороны, это объективная реальность, которую мы воспринимаем в ряду отношений с государством, хозяйствующими субъектами, другими людьми, а с другой — отражение понятия «система» в категориях и научных исследованиях. На важность различия этих сторон указывает, в частности, один из основоположников современной теории систем Л. фон Берталанфи, ставя вопрос о возможностях и границах использования «системного» подхода в изучении отдельных объектов, в том числе общества.

Современная история свидетельствует о постепенном повышении роли системного знания в развитии общества. Резкий скачок в исследовании проблем, связанных с «системой», отмечается во второй половине XX в., особенно в 60–70 годы. Именно в этот период в науке, в частности в экономической, окончательно складывается представление об изучаемых объектах как определенных системах в рамках общей экономической системы, но при этом тогда же возникает проблема для многих конструируемых объектов как сложнейших систем цель оказывается более ясной, чем средства ее достижения. В макроэкономике, применительно к области государственного регулирования экономики, это появление и развитие теории монетаризма, политики «рейганомики» и «тэтчеризма». При этом следует отметить, что применение именно системного подхода позволило в определенный период времени успешно решить проблему с точки зрения регулирования системы и достижения цели ее функционирования — обеспечения достаточного уровня устойчивости.

Сегодня разработка теории систем и системного подхода к исследованию в макроэкономике усложняется, во-первых, в связи с усложнением самой экономической системы, во-вторых, в связи с «нарастанием» современных знаний об особенностях функционирования отдельных элементов системы и их взаимодействии в условиях информационного общества, в-третьих, в связи

с особенностями самого системного подхода, предполагающего высокий уровень обобщения реальности (абстракции).

Вместе с тем в исследованиях денежно-кредитной системы наблюдается некоторое упрощенное представление о ней как элементе экономической системы. Современные подходы к определению денежно-кредитной системы можно условно разделить на следующие группы:

- в большинстве случаев денежно-кредитная система традиционно рассматривается как форма организации денежного обращения в стране, закрепленная законодательно, при этом денежная система ассоциируется, прежде всего, с оборотом денег в наличной и безналичной форме, а также кредитуемая население и отдельные экономические отрасли;
- под денежно-кредитной системой понимается система и анализируется, прежде всего, как объект регулирования со стороны властей;
- денежно-кредитная система рассматривается как особый фундаментальный элемент общественной системы в рамках системного воспроизводственного подхода к ее определению.

Следует заметить, что в основе первого подхода к раскрытию понятия денежно-кредитной системы лежат работы именно советских экономистов, которые фундаментально рассматривали теорию денежно-кредитной системы и ее элементов, применяя воспроизводственный подход к анализу как экономических категорий, так и понятий и терминов, формирующихся на основе использования экономических категорий как совокупности определенных экономических отношений. Это работы советских ученых Г.А.Козлова, И.А.Трахтенберга, А.Б.Эйдельмант, З.В.Атласа, Э.Я.Брегеля, Ф.И.Михалевского и других. В этих работах денежно-кредитная система определялась именно как регулируемое общегосударственными законами, единое для всей страны устройство денежно-кредитного обращения.

Сегодня первый подход к определению национальной денежно-кредитной системы чаще всего находит свое отражение в соответствующих законах. Это может быть закон о денежной системе страны или закон, регулирующий деятельность Центрального банка той или иной страны как основного субъекта, определяющего экономические отношения в рамках денежно-кредитной системы. В соответствии с Главой IV Закона «О Национальном банке КР» в новой редакции от 18 июля 2014 г. за № 143 денежная система Кыргызской Республики включает в себя такие элементы, как официальная денежная единица, организация денежного обращения и его регулирование, порядок эмиссии наличных денег, а в соответствии с Главой V, где отражена денежно-кредитная политика Банка Кыргызстана, — регулирование денежной массы в обращении, регулирование уровня процентных ставок и обязательные резервы [1].

Закрепление данных элементов денежно-кредитной системы в соответствующих законах необходимо с юридической точки зрения, поскольку важно «прописать» законодательно форму организации денежно-кредитного обращения в стране. Но с точки зрения методологии исследования денежно-кредитной системы как системы этого явно недостаточно, поскольку в данном случае не раскрывается роль денежно-кредитной системы в воспроизводстве всей экономической системы, иерархичность самой системы, т.е. ее организационные, функциональные, исторические аспекты, которые позволяют сформулировать основные признаки целостной системы. Понятно, что в законе данные положения не прописываются, но результаты исследования данных основ функционирования денежно-кредитной системы как элемента экономической системы должны найти свое отражение. Денежно-кредитная система связана, прежде всего, с тем, что до настоящего времени не произошло окончательного осмысления такого экономического понятия, как «денежный оборот» более того, в современной экономической практике кредитных организаций и центральных банков наряду с данным понятием употребляются понятия «платежный оборот», «денежно-платежный оборот», «расчетный оборот».

Некоторые авторы (к примеру, российский ученый М.П.Березина) считают, что «денежный оборот шире и включает в себя понятие «платежный оборот» [2]. В издании «Финансово-кредитный словарь» платежный оборот рассматривается как составная часть денежного оборота, где функционируют деньги как средство платежа и используются для погашения обязательств.

Другой российский ученый М.А.Косой отмечает, что «...денежный оборот представляет собой часть «платежного оборота» [3]. Подобного мнения придерживается и Ю.П.Савинский: «Платежный оборот — это более широкое понятие. Он представляет собой не только постоянный процесс движения денежных знаков, но и движения других средств платежа» [4].

С нашей точки зрения, под денежным оборотом следует понимать движение (кругооборот) денег, как в безналичной, так и в наличной форме, в процессе которого они выполняют функцию обращения и функцию платежа. Деньги в основном находятся в движении, а не в статичном состоянии. Денежный оборот, таким образом, представляет собой форму существования денег. В целом денежный оборот классифицируется по форме функционирования денег: безналичный денежный оборот и налично-денежное обращение. Таким образом, категория «денежное обращение» уже по качественной характеристике входящих в него инструментов, чем денежный оборот. Считается, что обращаются только наличные деньги. Безналичные расчеты с помощью записей на счетах в банках (или в современной трактовке — перевод денежных средств) требуют, чтобы каждая сделка была оформлена в виде специальной записи по счетам, причем эти записи «не обращаются».

Платежный оборот — процесс непрерывного движения денежных знаков, депозитных денег и всех средств (инструментов) платежа в сфере обращения. С нашей точки зрения, платежный оборот можно рассматривать как в узком, так и широком понимании. Платежный оборот в узком смысле — это часть денежного оборота, где наличные и безналичные деньги функционируют, выполняя функцию средства платежа, другими словами — это денежно-платежный оборот. Под платежным оборотом в широком смысле следует понимать не только движение денег, но и движение денежных суррогатов, в процессе которого они выступают как средство платежа. Денежно-платежный оборот — это процесс движения или кругооборот денежных знаков в роли средства платежа как в наличной, так и в безналичной форме, таким образом, денежно-платежный оборот представляет собой часть денежного оборота. Любой экономический субъект, осуществляя денежные расчеты, с одной стороны, выступает как покупатель, а с другой — как продавец, помимо того, он проводит расчеты с работниками, рассчитывается с бюджетом и банком. Совокупность всех денежных платежей составляет денежно-платежный оборот. Очевидно, что «платежный оборот» и «денежный оборот» — близкие понятия, но они не совпадают. Денежный оборот не совпадает с платежным оборотом на величину обращения наличных денег, т.е. налично-денежное обращение не входит в платежный оборот. Платежный оборот не совпадает с денежным на величину обращения инструментов денежного рынка, которые не входят в денежный оборот.

В условиях перехода к рыночной экономике денежный оборот стали определять как движение денег... в наличной и безналичной их формах при обслуживании реализации товаров и нетоварных платежей и расчетов.

Таким образом, денежный оборот — это:

- не только движение денег в функции обращения и платежа в пространстве национальной и мировой экономики, но и постоянно повторяющийся процесс оборота, т.е. их кругооборот;
- не просто их техническое движение, а непосредственно проявление сущности денег в их движении;
- не только оборот собственно денег в общепринятом понимании законных платежных средств, но и оборот производных от денег ликвидных активов — денежных субститутов;
- не только оборот денег в современных условиях как эндогенных субстанций экономической системы, но и как ее экзогенных субстанций, обладающих определенной автономией и активностью по отношению ко всей экономической системе;
- роль денежного оборота в воспроизводственном процессе в общем виде заключается в поддержании на необходимом уровне слаженности хозяйственно-экономической системы при ее движении в пространстве и во времени. На организацию денежного оборота влияет множество всех потенциально возможных связей, доступных субъектам социально-экономических отношений. В свою очередь, эффективно организованный денежный оборот приводит к установлению оптимальным и эффективным способом связей (отношений) между экономическими субъектами.

Вместе с тем денежный оборот влияет опосредованно на организованность хозяйственно-экономической системы. Организованность связана, прежде всего, со способностью системы наиболее экономичным способом перестраивать свою структуру с целью компенсации последствий внутренних и/или внешних воздействий (проблемных ситуаций).

Таким образом, роль денежного оборота в воспроизводственном процессе заключается в поддержании на необходимом уровне слаженности хозяйственно-экономической системы при ее движении в пространстве и во времени посредством влияния на уровень ее организованности.

В свою очередь, организация и регулирование самого денежного оборота — это важнейшее направление государственного регулирования экономики, представляющее собой совокупность мероприятий, разработанных НБ КР совместно с Правительством КР, в области организации денежных отношений в стране. Для регулирования денежного оборота необходимо наличие формальных институтов, устанавливающих правила и определяющих характер, методы и инструменты регулирования, а также меру ответственности за несоблюдение или нарушение установленных институциональных правил.

Заметим, центральные банки большинства стран, в том числе и НБ КР, при формировании и анализе макроэкономических финансовых показателей принимают в качестве методологической основы Руководство по денежно-кредитной и финансовой статистике (МВФ, 2000 г.), в соответствии с которым к обязательствам, включаемым в широкую денежную массу, относятся различные типы финансовых активов, разделенные по трем основным аспектам:

- финансовые активы, представляющие собой компоненты денежных агрегатов;
- сектора, являющиеся держателями денег;
- сектора, являющиеся эмитентами денег.

Подробный перечень активов представлен в таблице.

Т а б л и ц а

**Расширенный набор индикаторов стабильности денежной системы  
для взаимосвязанных секторов экономики**

Индикатор	Описание	Объект оценки
Внутригосударственный леверидж	Отношение общей суммы внутренних займов к ВВП	Экономика в целом
Внешний леверидж	Отношение внешних займов частного и государственного секторов к ВВП	Экономика в целом
Обслуживание внешнего долга	Отношение платежей по процентам и основной сумме долга в иностранной валюте к общей сумме дохода от экспорта	Экономика в целом
Леверидж сектора домохозяйств	Отношение долга домохозяйств к ВВП	Сектор домохозяйств
Обслуживание долга сектора домохозяйств	Отношение суммы обслуживания долга частных хозяйств и выплат по основной сумме долга к располагаемому доходу частных хозяйств	Сектор домохозяйств
Связь страховых компаний с банковским сектором	Ссуды банкам и собственный капитал банков к суммарным активам страховых компаний	Финансовый сектор
Связь банковского сектора и микрофинансирования	Кредиты микрофинансовых организаций к суммарным активам банков	Финансовый сектор
Прибыль предприятий	Прибыль на средний собственный капитал	Сектор предприятий
Леверидж предприятий	Суммарный долг предприятий к собственному капиталу	Сектор предприятий
Обслуживание долга предприятий	Сумма обслуживания долга предприятий и платежей по основной сумме долга к суммарным доходам	Сектор предприятий
Обслуживание государственного долга	Выплаты по процентам и основной сумме долга к суммарным налоговым поступлениям в бюджет	Государственный сектор
Структура государственного долга	Краткосрочный государственный долг к суммарному государственному долгу	Государственный сектор
Структура внешнего государственного долга	Краткосрочный внешний государственный долг к суммарному внешнему государственному долгу	Государственный сектор

*Примечание:* Составлено автором.

К платежным средствам (в зависимости от их вида) могут быть отнесены:

- наличные деньги как законные платежные средства, обязательства НБ КР, обладающего монополией на их эмиссию;

- безналичные (депозитные деньги) деньги — денежные средства, эмитируемые кредитными организациями в качестве общепринятых денег, обязательства кредитных организаций;
- обращающиеся инструменты, принимаемые хозяйствующими субъектами при осуществлении сделок, — векселя, чеки, ценные бумаги.

Иная классификация платежных средств (в зависимости от широты обслуживания ими платежного оборота) может быть представлена следующим образом:

- законные платежные средства — банкноты и монеты НБ КР (денежный агрегат M0 отражает расчеты наличными деньгами за товары и услуги). Согласно ст. 14 Закона «О Национальном банке Кыргызской Республики (НБ КР)» единственным платежным средством на территории Кыргызской Республики являются банкноты (банковские билеты) и монеты НБ КР. Следует заметить, что «несовершенство» определения денежного оборота приводит к мысли, что современные безналичные (депозитные) деньги не могут быть отнесены к законным платежным средствам, хотя расчеты с их помощью, естественно, доминируют, а НБ КР ставит задачу расширения безналичных расчетов;
- всеобщие платежные средства (прежде всего, депозитные деньги, как обязательства коммерческих банков) — денежный агрегат M1, который отражает расчеты и платежи (перевод денежных средств) путем зачетов взаимных требований и обязательств;
- обращающиеся платежные инструменты (чеки, коммерческие векселя и др.) [1].

Основные свойства инструментов денежно-кредитного рынка, которые позволяют им стать близкими заменителями денег, следующие:

1) кредитное происхождение практически всех обращающихся инструментов, так как они носят возвратный, погашаемый характер; выпускаются как долговые свидетельства, содержат приказ или обязательство об уплате долга, срок уплаты долга;

2) передаваемый, обращающийся характер, т.е. могут обращаться на вторичном рынке или участвовать в других сделках;

3) в своем движении обращаются наличные деньги. Инструменты денежно-кредитного рынка, как и наличные деньги, физически передаются (перемещаются) между хозяйствующими субъектами;

4) представляют собой, как и банкноты, «имущество в требованиях».

Но все эти обстоятельства еще не превращают их в законные платежные средства, так как отличаются от законных платежных средств следующими чертами:

- являются ценными бумагами;
- абстрактные, безусловные обязательства;
- обязательства на определенный срок;
- выполняют лишь некоторые функции денег;
- не обладают уникальной единственной потребительной стоимостью денег — их всеобщей универсальной обмениваемостью на товары и услуги;
- всегда ограничены во времени и в пространстве.

В денежно-кредитной системе только часть денег выпускается на кредитной основе, т.е. имеет кредитный характер. Как отмечалось выше, часть денег и инструментов денежного рынка эмитируется не на кредитной, а на финансовой основе в виде монетизации государственного долга или дефицитного финансирования бюджетных расходов за счет использования эмиссионного ресурса. Кроме того, представляется и достаточно спорным утверждение о кредитном характере эмиссии наличных денег, которая может базироваться на покупке иностранной валюты НБ КР. На данном этапе исследования можно констатировать, что денежно-кредитная система фактически представляет собой совокупность двух подсистем в зависимости от секторов эмитентов денег как финансовых активов: денежной и финансовой. Именно такое название подсистем показывает источник происхождения денег и инструментов денежного рынка: часть из них базируется на основе кредита, другая часть — результат развития финансовых отношений. Каждая из этих подсистем имеет свои сферы применения, свои инструменты регулирования, структуру элементов.

В соответствии со вторым определенным нами подходом денежно-кредитная система анализируется, прежде всего, как объект регулирования со стороны денежных властей. Данный подход преобладает традиционно в западных денежных теориях (начиная с количественной теории денег в трудах классиков политэкономии — Д.Рикардо, Дж.Ст. Милля, в начале XX в. — И.Фишера, Дж.М.Кейнса, М.Фридмана, затем — Б.Бернанке, М.Гертлера, М.Гудфренда, Ч.Гудхарта,

Б.Маккаллума, Ф.Мишкина, К.Рогофф, Л.Свенссона). Денежные теории в изложении данных авторов отличаются тесной связью с практическими задачами, которые ставит перед ними экономическая действительность. В центре внимания обычно не рассмотрение сущности и функций денег, денежной системы, фундаментальный анализ тех или иных экономических категорий, таких как деньги, кредит, финансы, а определение каналов влияния денежных средств на состояние экономики и оценка эффективности этого влияния, разработка практических рекомендаций по стабилизации экономики с помощью денежно-кредитных мероприятий.

Во-вторых, не все элементы денежно-кредитной системы поддаются регулированию со стороны НБ КР и правительства. Способность «денежных властей» к регулированию состояния и функционирования отдельных элементов денежной системы зависит от уровня развития рыночных отношений в стране, существующего «правового поля» в области денежно-кредитных отношений. Например, если эффективность применения такого инструмента регулирования денежно-кредитной системы, как ставка рефинансирования низкая или последствия регулирования слабо предсказуемы и отличаются длительным временным лагом, то воздействие «денежных властей» на денежную систему будет не столь значительным.

Кроме того, прямое регулирование со стороны НБ КР и правительства отдельных финансовых активов, близких по ликвидности к деньгам, вообще проблематично в условиях, когда эмиссия данных платежных средств определяется потребностью рынка и непосредственно не зависит от действий регулирующих органов. Конечно, регулирующие органы косвенно влияют на функционирование финансового рынка, формируя соответствующее правовое поле, вводя определенные ограничения по использованию тех или иных инструментов финансового рынка, в том числе денежного рынка как части финансового. Но это влияние именно косвенное, и в результате слабо прогнозируемое.

Современная экономическая система в философском плане описывается как «сложная саморазвивающаяся система». Российский академик В.С.Степин в статье «Саморазвивающиеся системы и философия синергетики» отмечает, что «этот тип системных объектов характеризуется развитием, в ходе которого происходит переход от одного вида саморегуляции к другому». Следует согласиться с автором, что для саморазвивающихся систем характерна иерархия уровней организации элементов, которые способны в процессе своего развития порождать новые уровни. При этом каждый новый уровень может активно оказывать воздействие на уже сложившиеся, перестраивать их, и в результате система приобретает новую целостность. Нарастание современных знаний об особенностях функционирования отдельных элементов системы привело к тому, что научные исследования концентрируются именно на изучении этих отдельных элементов, которые также усложняются. Например, применительно к теории макроэкономического регулирования сегодня наблюдается активизация исследований в области денежно-кредитного регулирования, таргетирования инфляции, финансовой стабильности, устойчивости банковских систем или отдельных институтов кредитной системы. С одной стороны, это обосновано тем, что происходит усложнение отдельных элементов экономической системы, требующее специальных разработок, а с другой — свидетельствует о необходимости учета синергетического эффекта в обеспечении целостности экономической системы. В.Н.Садовский в работе «Основания общей теории систем» отмечает: «Синергетика (динамика нелинейных систем) сосредоточивает внимание на процессах неустойчивости, состояниях динамического хаоса, порождающих ту или иную организацию, порядок» [5].

Именно необходимость учета синергетического эффекта в регулировании макроэкономических процессов приводит к мысли о необходимости формирования новой парадигмы регулирования денежно-кредитной сферы (на фоне и в связи с тем, что многие существующие сегодня концепции, ориентированные на использование инструментов регулирования, в том числе и денежно-кредитной сферы, сложившиеся в прежние периоды экономического развития, не дают ожидаемого эффекта).

При этом в сложных саморазвивающихся системах простое увеличение внешнего силового давления (внешних значимых факторов) на систему может повторять, т.е. просто воспроизводить, тот же набор структур, не создавая новых структур и уровней организации данной системы. Но в состоянии неустойчивости, в точках бифуркации часто незначительное воздействие отдельных факторов в силу синергетических эффектов способно создавать новые уровни организации и новые структуры, изменяя при этом и другие подсистемы в рамках общей экономической системы, влияя на характер их взаимосвязей в общем процессе воспроизводства. Изучение и анализ систем с точки

зрения возможности регулирования их функционирования, обеспечения устойчивости системы, влияния на эффективность функционирования ее отдельных элементов предполагают воспроизводственный подход к исследованию как особый методологический подход, который позволяет «снять» ограничения, связанные с тем, что многие определения понятия «система», сформулированные в контексте специальных системных разработок, как подчеркивал В.Н.Садовский, «не являются оперативными: фиксируемая в них реальность, как правило, значительно шире той, которую такие области науки и техники способны исследовать». Отмеченный выше подход к изучению сложных саморазвивающихся систем применим и к денежной системе как особо значимой в структуре экономической системы. Элементы экономической системы как системы находятся во взаимодействии, которое обеспечивает целостность образования. Будучи качественно различными по своим свойствам, элементы экономической системы формируют особое интегративное свойство, отличное от свойств отдельных частей (элементов). При этом как сама система в виде интегративного образования, так и ее отдельные элементы функционируют и развиваются в рамках среды, которая оказывает на них внешнее воздействие. С другой стороны, отдельные элементы системы, развиваясь и трансформируясь, влияют на изменение интегративных свойств самой системы и в последующем — на изменение внешней для нее среды.

Таким образом, современная национальная денежно-кредитная система — сложная саморазвивающаяся интегративная система, в рамках которой организуются на формальной или неформальной основе и регулируются на уровне национальной экономики различные формы денежно-кредитных отношений, выступающих в практической сфере как товарно-денежные, финансовые и платежные.

#### Список литературы

- 1 Закон «О Национальном банке Кыргызской Республики» от 29.07.1997 г. — [ЭР]. Режим доступа: [www.nbkr.kg](http://www.nbkr.kg)
- 2 *Березина М.П.* Безналичные расчеты в экономике России: анализ практики. — М.: Консалтбанк, 2006. — 288 с.
- 3 *Косой А.М.* Платежный оборот. Исследование и рекомендации. — М.: Финансы и статистика, 2005. — 264 с.
- 4 *Савинский Ю.П.* Денежно-кредитное регулирование: Учеб. пособие. — М.: Финансовая академия при Правительстве РФ, 1999. — 131 с.
- 5 *Садовский В.Н.* Основания общей теории систем. М.: Наука, 1974.

Е.С.Кәрібаев

### **Қоғамдық жүйенің ерекше іргелі элементі ретінде ақша-несие жүйесінің әдіснамалық негіздері**

Мақалада қоғамдық жүйенің ерекше іргелі элементі ретінде ақша-несие жүйесінің маңызы айқындалды. Автор ақша-несие жүйесін анықтаудың қазіргі тәсілдерін қарастырды. Ақша-несие нарығы құралдарының негізгі қасиеттері зерттелді. Ақша-несие жүйесі, ең алдымен, ақша биліктері тарапынан реттеу объектісі ретінде талданды. Берілген тәсіл Батыстың ақша теорияларында дәстүрлі басымырақ. Назарда, әсіресе ақшаның, ақша жүйесінің мәні мен функциялары, ақша, несие, қаржы сияқты экономикалық категорияларды фундаменталды талдауды қарастыру емес, экономика жағдайына ақша қаражаттарының әсер ету арналарын анықтау және бұл әсердің тиімділігін бағалау, ақша-несие шараларының көмегімен экономиканы тұрақтандыру бойынша практикалық ұсыныстар жасау.

Y.S.Karibayev

## **Methodological basics of monetary-credit system's research as an especial fundamental element of societal system**

There is emphasized the importance of monetary-credit system as an especial fundamental element of societal system. The author examines modern passes of the monetary-credit system's definition. There is explored the main qualities of the monetary-credit market's instruments. The money and credit system is analysed, foremost, as an adjusting object from the side of money authorities. This approach prevails traditionally in western money theories. In a spotlight — not consideration of essence and functions of money, money system, fundamental analysis of one or another economic categories, such, as money, credit, finances, and determination of channels of influence of monetary resources on the state of economy and estimation of efficiency of this influence, is ordinary, development of practical recommendations on stabilizing of economy by means of money and credit events.

### References

- 1 The law «About the National bank of the Kyrgyz Republic» from 29.07.1977, [ER]. Access mode: nbkr.kg.
- 2 Berezina M.P. *Clearing account in Russian economy: analysis of practice*, Moscow: Consultbank, 2006, 288 p.
- 3 Kosoy A.M. *Paying overturn. Research and recommendations*, Moscow: Finance and statistics, 2005, 264 p.
- 4 Savinskiy Y.P. *Monetary-credit regulation*, tutorial, Moscow: Financial academy at Government of the RF, 1999, 131 p.
- 5 Sadovsky V.N. *The grounds of general systems theory*, Moscow: Nauka, 1974.

Н.А.Лисова

*Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букетова  
(E-mail: Lisova\_n@inbox.ru)*

## **Налоговое регулирование в системе государственного налогового менеджмента**

В статье рассматриваются проблемы государственного налогового регулирования как части государственного налогового менеджмента. Определяются цель и задачи государственного налогового регулирования в связи с вмешательством государства в рыночную экономику в соответствии с принятой им концепцией экономического роста. Рассматривается регулирующее воздействие налогов на экономическую жизнь государства. Анализируются приемы и методы налогового регулирования. Поднимаются проблемы налоговых преференций, налогового сдерживания, налогового регулирования, свидетельствующие о недостатках налогового механизма.

*Ключевые слова:* налоговый менеджмент, налоговое регулирование, налоговые преференции, налоговые санкции.

Налоги — экономическая категория, опосредующая процесс перераспределения стоимости в основном в денежной форме. Это определенная совокупность производственных (финансово-перераспределительных) отношений, формирующихся в процессе перевода финансовых ресурсов от корпоративных или индивидуальных собственников в общегосударственное пользование. Налоги представляют собой обязательные платежи, взимаемые государством с хозяйствующих субъектов и граждан по ставкам, устанавливаемым законодательством.

Налоги занимают немаловажное место среди множества экономических рычагов, при помощи которых государство воздействует на рыночную экономику. В условиях рыночных отношений налоговая система является одним из важнейших экономических регуляторов, основой финансово-кредитного механизма государственного регулирования экономики. Государство широко использует налоговую политику в качестве определенного регулятора воздействия на негативные явления рынка. Налоги, как и вся налоговая система, являются мощным инструментом управления экономикой в условиях рынка. Использование налогов является одним из экономических методов управления и обеспечения взаимосвязи общегосударственных интересов с коммерческими интересами предпринимателей и организаций, независимо от их форм собственности, организационно-правовой формы и ведомственной подчиненности. При помощи налогов регулируется внешнеэкономическая, таможенная деятельность, включая привлечение иностранных инвестиций, формируются хозрасчетный доход и прибыль предприятия. С помощью налогов государство получает в свое распоряжение ресурсы, необходимые для выполнения своих функций в социально-экономической сфере. За счет налогов финансируются расходы по социальному обеспечению, которые изменяют распределение доходов. Система налогового обложения определяет конечное распределение доходов между людьми.

Создавая стабильное высокоразвитое общество с рыночной экономикой, государство должно иметь адекватную и эффективную систему налогов и налогообложения, которая отвечала бы общественным интересам, формировала благоприятные условия для хозяйственной деятельности, обеспечивала развитие и безопасность государства, учитывала интересы отдельных групп населения.

В своем Послании народу Казахстана «Стратегия «Казахстан – 2050»: новый политический курс состоявшегося государства» Президент РК Н.А.Назарбаев отметил, что налоговая политика на бизнес-уровне должна стимулировать внутренний рост и отечественный экспорт на внешние рынки, а на уровне граждан — их накопления, сбережения и вложения [1].

Сложность и многоаспектность налогов как экономического, финансового, социально-политического, правового и общественного явления обуславливают многофакторность процесса налогообложения и определяют ряд его характерных особенностей: всеобщность и обязательность налогообложения, преобладающая доля налоговых источников в доходах бюджетов различных уровней, все возрастающие финансовые потоки в масштабах государства и отдельных регионов и предприятий, необходимость выполнения сложных и трудоемких административных, планово-регулирующих и учетно-контрольных функций, связанных с налоговым администрированием, слож-

ная и обособленная нормативно-правовая и информационно-технологическая база, принудительный характер налоговых платежей, жесткая система санкций и ответственность за невыполнение налоговых обязательств.

Все это объективно выделяет управление налогами и налогообложением в качестве составной и самостоятельной части общей системы государственного финансового управления, делает налоговый менеджмент одним из приоритетных направлений совершенствования управления казахстанской экономикой.

Налоговый менеджмент — новая для Казахстана теоретическая и практическая область знаний, появившаяся на рубеже веков. По аналогии с финансовым менеджментом налоговый менеджмент возник первоначально в хозяйственной среде, и лишь впоследствии появились попытки теоретического обобщения и развития этой области знаний.



Рисунок 1. Налоговый менеджмент в системе налоговых отношений и организационно-налоговых категорий управления налоговым процессом на макроуровне [2]

Под воздействием процессов глобализации возрастает роль государственного налогового менеджмента в Казахстане. Несмотря на предполагаемую завершенность налоговой реформы, остаются нерешенными многие методологические вопросы. На фоне активизации налогово-бюджетного реформирования в стороне оказались проблемы управления неналоговыми доходами бюджета. Особую роль имеют методологические и научно-методические подходы к оценке эффективности системы государственного налогового менеджмента в разрезе выполняемых функций (организации, планирования, регулирования и контроля) в соответствии с задачами Программы индустриально-инновационного развития Казахстана и с учётом достижений экономической науки и мирового опыта.

Государственный налоговый менеджмент — это целенаправленный процесс, целью которого является некоторое количественное и качественное состояние экономики, которое достигается в определенный период времени путем заданного воздействия на систему налогов и налогообложения.

Налоговый менеджмент в целом с теоретико-практической точки зрения можно назвать своего рода стержнем всей структуры элементов налогового механизма. Все его слагаемые: планирование,

регулирование и контроль — основа управленческих действий профессионалов в органах власти, управления, в научно-исследовательских структурах и т.д., что позволяет организовать рациональную систему налогового менеджмента, распространить его на весь налоговый механизм.

Одним из важнейших факторов стабильности налогового управления является поддержание оптимального баланса налогообложения. Налоговые поступления составляют значительную долю доходной части государственного бюджета Республики Казахстан.

Т а б л и ц а 1

Структура поступлений в республиканский бюджет налогов (в %)

Вид налога	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.
Корпоративный подоходный налог	32.7	28.9	28.5	26.4	25.4	19.7
Налог на добавленную стоимость	22.7	23.2	23.1	21.7	22.3	40.4
Индивидуальный подоходный налог	9.5	12.1	10.6	9.4	10.7	29.4

Структура поступлений в государственный бюджет налогов и платежей в 2013 г. показывает, что значительную долю налоговых поступлений в государственном бюджете занимает корпоративный подоходный налог. Так, в 2008 г. он составил 32,7 % всех поступлений, в 2009 — 28,9 %, в 2010 — 28,5 %, в 2011 — 26,4 %, в 2012 г. — 25,4 %, в 2013 г. — 19,7 %.

На втором месте по размерам поступлений — налог на добавленную стоимость. В 2008 г. его удельный вес в общем объеме налоговых поступлений составил 22,7 %, в 2009 — 23,2 %, в 2010 — 23,1 %, в 2011 — 21,7 %, в 2012 г. — 22,3 %, в 2014 г. — 40,4 %.

Индивидуальный подоходный налог составил 9,5 % структуры налоговых поступлений в 2008 г. В 2009 г. этот показатель вырос до 12,1 %, а в 2010 г. снова снизился до 10,6 %, в 2011 г. — до 9,4 % и в 2012 г. вновь поднялся до 10,7 %, в 2013 г. составил 29,4 % [3].

Государственный налоговый менеджмент представляет собой систему взаимосвязанных и взаимодействующих блоков и подсистем: налогового администрирования, налогового планирования, налогового регулирования, налогового контроля (см. рис. 2).

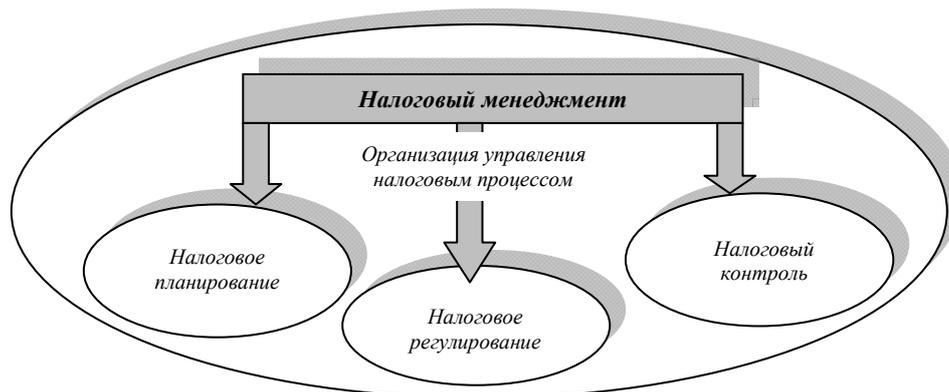


Рисунок 2. Элементы налогового менеджмента [2]

Регулирующее воздействие налогов на хозяйственную жизнь имеет многосторонний характер. Налоговое регулирование является одним из элементов налогового механизма, основная деятельность которого заключается в том, что любое вмешательство в ход воспроизводственных процессов должно быть экономически целесообразным и обоснованным.

Государственное налоговое регулирование — один из наиболее мобильных элементов государственного налогового менеджмента. Оно представляет собой систему особых мероприятий в области

налогообложения, направленных на вмешательство государства в рыночную экономику в соответствии с принятой им концепцией экономического роста [4; 53].

Налоговое регулирование — совокупность мер косвенного воздействия государства на развитие производства путем изменения нормы изъятия в бюджет за счет повышения или понижения общего уровня налогообложения. Это ставки прямого индивидуального подоходного налога, налога на прибыль, косвенных налогов, налоговых скидок на инвестиции («налоговый кредит»), разнообразных специальных налоговых льгот, поощряющих деловую активность.

Основу налогового регулирования составляет система экономических мер оперативного вмешательства в ход выполнения налоговых обязательств. Методы налогового регулирования являются составными элементами научно обоснованной налоговой концепции, принимающей при утверждении парламентом страны характер законодательной нормы, обязательной для исполнения.

Особенностями налогового регулирования являются: наличие четкой макроэкономической стратегии и осознанное воздействие на экономику, непрерывное в своем развитии и относительно постоянное во времени. Оно охватывает не отдельные предприятия или сферы воздействия, а всю экономику в целом, во всем многообразии ее форм.

С помощью налогового регулирования государство влияет на структуру общественного воспроизводства, создавая необходимые условия для ускоренного накопления капитала в наиболее приоритетных отраслях, определяющих научно-технический прогресс (предоставление налоговых преференций преимущественно тем фирмам, которые действуют в рамках принятых государственных экономических программ).

Государство посредством налогового механизма выравнивает региональные различия в экономическом развитии Казахстана, стимулируя ускоренный рост в экономически слабо развитых регионах.

Содержание и цели налогового регулирования определены регулирующей функцией системы налогообложения. Поэтому этот процесс объективно необходим, и его результат зависит от соответствия применяемых методов состоянию реальной экономики. Использование методов налогового регулирования связано с рядом противоречий, вытекающих из фискальных традиций налогообложения. Еще больше затруднено налоговое регулирование в условиях экономических кризисов.

Рассмотрим данные о регулировании и корректировке республиканского бюджета в 2015 г. (табл. 2) [3].

Т а б л и ц а 2

## Республиканский бюджет на 2015 г, млн тенге

Наименование	Скорректированный бюджет на 2015 г.	Исполнение за январь 2015 г.	% исполнения к скорректированному бюджету на год	2015 г., январь, в % к январю 2014 г.
1	2	3	4	5
<b>I. Доходы</b>	6 744 977	372 435	5.5	109.2
<b>Налоговые поступления, в т.ч.</b>	4 024 397	172 525	4.3	90.5
корпоративный подоходный налог	1 324 174	94 826	7.2	112.0
налог на добавленную стоимость	1 280 160	25 906	2.0	40.3
акцизы	52 243	5 048	9.7	143.4
<b>Неналоговые поступления</b>	125 596	32 348	25.8	278
<b>Поступления от продажи основного капитала</b>	9 508	728	7.7	1 135.2
<b>Поступления трансфертов</b>	2 585 475	166 834	6.5	120.4
<b>II. Затраты</b>	7 209 954	413 358	5.7	109.6
<b>III. Чистое бюджетное кредитование</b>	85 039	85		
Бюджетные кредиты	197 155	170	0.1	116.0

1	2	3	4	5
Погашение бюджетных кредитов	112 116	85	0.1	80.7
<b>IV. Сальдо по операциям с финансовыми активами</b>	447 081	3 687		
<b>V. Дефицит бюджета</b>	-997 097	-44 969		

Макроэкономические показатели уточнялись Правительством Республики Казахстан в мае и октябре 2014 г. Параметры республиканского бюджета дважды утверждались законодательно и более 23 раза корректировались. При формировании и корректировке макропоказателей Правительством не в полной мере была учтена ситуация на мировых товарных рынках, в частности, сокращение спроса и снижение цен на казахстанскую продукцию, ориентированную на внешний рынок. Как видим из представленной таблицы, доходы скорректированного на 2015 г. бюджета должны составить 6 744 977 млн тенге.

Доля доходов в республиканском бюджете в общем объеме поступлений составила 59.6 %, доля погашенных бюджетных кредитов — 1,7 %, доля поступлений займов — 38.3 %.

Анализируя процесс исполнения скорректированного бюджета в 2015 г., можно отметить, что в январе показатели исполнения бюджета продемонстрировали неплохие результаты, выполнение заданий по доходам увеличилось на 5,5 % по сравнению с плановыми показателями, в том числе по налоговым поступлениям — на 4,3 %, неналоговым поступлениям — на 25,8 %, поступлениям от продажи основного капитала — на 6,5 %, поступлениям трансфертов — на 6,5 %. Выросли поступления от корпоративного подоходного налога на 7,2 %, резко увеличилась доля акцизов — на 9,7 %.

Выросли и затраты бюджета в январе 2015 г. Они возросли на 5,7 %, что составило по сравнению с январем 2014 г. 109,6 %.

По оценке счетного комитета по контролю за исполнением республиканского бюджета, в течение последних лет имеет место тенденция достижения исполнения планов по доходам республиканского бюджета за счет авансирования в счет будущих периодов. При этом проблемы потерь бюджета, связанные с вопросами эффективности налогового и таможенного администрирования, внесения соответствующих изменений в законодательство, направленных на обеспечение экономической безопасности государства, не решены.

В Казахстане налоговое регулирование доходов бюджета с целью сбалансировать доходы и расходы бюджетов в последние десятилетия осуществлялось различными методами. Различия методов налогового регулирования предопределены свойствами конкретного налога, а также задачами, стоящими перед бюджетной системой. В зависимости от целей и сферы приложения методов налогового регулирования они могут быть подразделены на три взаимодействующие сферы: систему налоговых льгот (преференций), меры санкционного действия и методы бюджетно-налогового балансирования. Отведение особого места в системе налогового регулирования методам бюджетно-налогового балансирования объясняется их методическими свойствами.

Конечной целью государственного налогового регулирования является создание условий для роста налоговых поступлений в бюджетную систему страны на базе роста производства, продаж и доходов экономики путем воздействия на различные стороны хозяйственной жизни и экономику в целом [3; 22].

С помощью налогового регулирования государство влияет на структуру общественного воспроизводства, создавая необходимые условия для ускоренного накопления капитала, повышения эффективности производства в наиболее приоритетных отраслях, определяющих научно-технический прогресс (предоставление налоговых преференций преимущественно тем фирмам, которые действуют в рамках принятых государственных экономических программ).

Мировой практике известны следующие методы налогового регулирования:

- изменение состава и структуры системы налогов;
- замена одного способа налогообложения другим;
- изменения и дифференциация ставок налогов;
- изменение налоговых льгот и скидок;
- переориентация налоговых льгот и скидок по направлениям, объектам и плательщикам;
- полное или частичное освобождение от налогов;

- отсрочка платежа;
- аннулирование налоговой задолженности;
- изменение сферы распространения налогов [5; 55].

В настоящее время в системе отечественного налогового регулирования наряду с экономически обоснованными методами балансирования экономических интересов применяются и меры административного воздействия. Это связано с налоговыми неплатежами, недоимками, рост которых за последние 5 лет удвоился.

По сферам воздействия государственное налоговое регулирование подразделяется на налоговое стимулирование и налоговое сдерживание [5; 34]. Налоговое стимулирование имеет в своей основе политику низких доходов, оптимизацию состава и структуры системы налогов, уровня налогового бремени и ставок отдельных налогов. Большое внимание здесь уделяется системе налогового льготирования (льгот и преференций). По оценкам специалистов, потери бюджетной системы Казахстана в начале XXI в. из-за предоставления налоговых льгот составляли 120–150 млрд тенге в год, но никто не подсчитывал выгоды в связи с выполнением налогами стимулирующей роли [6; 23].

Можно отметить комплекс принципов организации системы налогового стимулирования:

- применение налоговых льгот не должно носить избирательного характера, в зависимости от формы собственности, вида деятельности, субъективной оценки их важности лоббистскими группировками в парламенте;
- налоговому льготированию не свойственны неэкономическое принуждение и обязательность применения;
- налоговым льготам по их внутренней природе чужд чисто административно-командный характер применения;
- инвестиционные налоговые кредиты представляются исключительно группам плательщиков, обеспечивающим выполнение инвестиционных программ общегосударственного значения;
- применение налоговых льгот не должно наносить ущерба ни доходам бюджета, ни корпоративным и личным экономическим интересам;
- порядок формирования льготного налогового портфеля определяется на общегосударственном уровне, утверждается в законодательном порядке центральной властью [5].

Необходимость текущих налоговых корректировок через систему льгот и санкций диктуется динамичным характером воспроизводственных процессов. Экономические реалии, сложившиеся на момент законодательного принятия обновленной налоговой техники, могут существенно отличаться от тех, которые сложатся к концу финансового года. Учитывать эту подвижность экономико-социальных и общественно-политических отношений и призвана совокупность мер налогового регулирования.

Таким образом, налоговое регулирование, осуществляемое через экономически обоснованную систему льгот, представляет собой взаимообусловленный комплекс налоговых преференций стратегического действия, компенсирующий финансовые потери при выпуске новой и конкурентоспособной продукции, модернизации технологических процессов, укрепляющий основы малого и среднего производственного бизнеса. Наиболее перспективным методом налогового регулирования считается инвестиционный налоговый кредит. Это единственный законодательно утвержденный метод. Предоставление такого кредита не меняет принципиальных основ налогообложения и в то же время позволяет оперативно корректировать инвестиционные процессы.

Важным условием оптимальности налогового регулирования является сокращение числа индивидуальных льгот. Единственный адресат налоговых преференций — товаропроизводитель, который обеспечивает выпуск продукции, способной конкурировать на мировом рынке.

В область налогового регулирования входят не только чисто практические действия по нормализации бюджетно-налоговых отношений, это также особая область аналитических научных исследований. Результаты исследований позволяют отследить финансово-хозяйственные тенденции в разрезе отдельного предприятия, отрасли, региона и страны в целом, в зависимости от влияния принятых условий налогообложения, наличия в нем паритета между фискальной и регулирующей составляющими. Эти исследования направлены и на фиксацию в каждом налоге инфляционной составляющей, особенно это касается системы косвенного налогообложения.

Налоговое регулирование затрагивает и социальную сферу — проблемы экологии, социальной инфраструктуры, социальной защиты населения. Достаточно сказать, что социальный налог выступает инструментом и источником государственной социальной политики.

В настоящее время важнейшим предметом пристального внимания правительственных структур являются система налогового стимулирования инвестиций и ее взаимоувязываемость с воспроизводством в целом.

Наиболее перспективным методом налогового регулирования является инвестиционный налоговый кредит, который представляет собой изменение срока уплаты налога при наличии соответствующих оснований. К ним относятся: проведение организацией научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, осуществление инновационной деятельности, выполнение организацией важного заказа по социально-экономическому развитию региона. Если во втором и третьем случаях сумма кредита определяется по соглашению между уполномоченным органом и заинтересованной организацией, то при проведении научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ сумма кредита не может быть более 30 % от стоимости приобретенного организацией для этих целей оборудования. Это довольно-таки слабо согласуется с возможностями предприятий малого и среднего бизнеса, являющихся основными потенциальными участниками договоров об инвестиционном налоговом кредите. Кроме того, существующим законодательством предусмотрены налоговые льготы только по прямым инвестициям и инвестициям в собственное производство. Этим создаются препятствия для перелива капитала и развития конкуренции.

Одним из социально значимых методов налогового регулирования являются налоговые вычеты, которые могут применяться не только предприятиями и организациями, но и гражданами.

Выбор и установление ставки налога — отдельный метод налогового регулирования, требующий особого внимания. Именно ставка налога определяет сумму налога, который должен быть уплачен в бюджет. Понижение ставки любого налога должно быть настолько максимально, чтобы позволить хозяйствующим субъектам осуществлять свою финансово-хозяйственную деятельность без значительных потерь и получать прибыль, но при этом соблюдать и фискальные интересы государства в целом.

Казахстан является членом Таможенного союза, в настоящее время ЕврАзЭС. Товары в ЕврАзЭС перемещаются без таможенного оформления и декларирования, что приводит к прямой экономии финансовых ресурсов и времени казахстанских предпринимателей.

Таким образом, перемещение и продажа товаров по отношению к Российской Федерации и Республике Беларусь по процедуре совпадают с торговлей из одной области Республики Казахстан в другую.

Взимание косвенных налогов (налог на добавленную стоимость и акцизы) при импорте товаров на территорию Республики Казахстан с территории Республики Беларусь и Российской Федерации производится налоговыми органами по принципу «страны назначения», в соответствии с которым экспорт товаров облагается НДС по нулевой ставке, импорт — по ставке, действующей в государстве-импортере.

Преимущества для казахстанских предпринимателей-налогоплательщиков, осуществляющих импорт на территорию Республики Казахстан с территории государств-членов Таможенного союза, заключаются в следующем:

- экономия времени (из-за отсутствия таможенного оформления);
- отмена таможенных сборов;
- отсутствие расходов по оплате услуг таможенных брокеров в связи с отменой оформления грузовой таможенной декларации;
- отсутствие расходов за услуги хранения на складах временного хранения;
- отсрочка по уплате косвенных налогов — до 1, 5 месяца;
- право на реализацию импортированных товаров сразу после их ввоза на территорию Республики Казахстан;
- отсутствие отвлечения оборотных средств на уплату косвенных налогов при импорте товаров на территорию Республики Казахстан.

Для казахстанских предпринимателей-налогоплательщиков, осуществляющих экспорт с территории Республики Казахстан, с территории государств-членов Таможенного союза также создаются преимущества:

- экономия времени (из-за отсутствия таможенного оформления);
- отмена таможенных сборов;
- отсутствие расходов по оплате услуг таможенных брокеров в связи с отменой оформления грузовой таможенной декларации [7].

Таким образом, налоговое регулирование способствует тому, что участники внешнеэкономической деятельности в рамках Таможенного союза получают значительные преимущества во взаимной торговле, осуществляя беспрепятственный ввоз и вывоз товаров с территории Казахстана.

Налоговое сдерживание — сфера государственного налогового регулирования, применяемая в основном в экономически развитых странах, слабо используемая в Казахстане. В его основе лежит сдерживание экономического роста отдельных отраслей экономики и инвестиционной активности в целях недопущения быстрого достижения пиков экономической активности экономики.

В настоящее время в системе казахстанского налогового регулирования наряду с экономически обоснованными методами балансирования экономических интересов применяются и методы административного воздействия. В сфере налогового регулирования экономики особое значение имеет оптимизация налоговых ставок — достижение относительного равновесия между налоговыми функциями: фискальной и регулирующей.

Построение рациональной налоговой системы зависит от экономически обоснованной ее внутренней структуры, от размера налоговых ставок прежде всего. Очень сложно рассчитать оптимальный уровень налоговых ставок. В их основе должна лежать основная цель — оптимизация государственных расходов, приведение их в соответствие с возможностями реальной экономики, устранение инфляционной составляющей при расчетах ВВП и т.д.

Как показывает практика, имеются отдельные проблемы по налоговому регулированию в республике, свидетельствующие о недостатках его механизма:

- заниженное планирование налоговых поступлений и увеличение расходной части бюджета, приводящее к росту бюджетного дефицита;
- рост лжепредприятий;
- неравномерное поступление в бюджет корпоративного подоходного налога, связанное с практикой использования авансового механизма уплаты;
- значительное превышение возврата НДС из бюджета;
- низкий уровень взыскания в бюджет налогов, доначисленных налоговыми органами. Так, на 1 января 2014 г. недоимка по налогам и другим обязательным платежам составила 224,2 млрд тенге, что по сравнению с 2010 г. больше почти в 2,2 раза [8].

Разработка налоговой политики Казахстана прежде всего должна рассматриваться как фактор обеспечения макроэкономической устойчивости. Особое внимание должно быть уделено региональной составляющей обеспечения макроэкономического развития. Необходимо запустить механизм заинтересованности каждого региона в развитии собственной финансовой базы, важнейшим элементом которой является налоговый потенциал.

На новом этапе развития экономики страны возникает объективная необходимость оценки эффективности функционирования налоговой системы республики, отдельных видов налогов, сборов и других платежей в бюджет, а также эффективность введения специального налогового режима и отдельных видов льгот.

Не менее остро встает проблема управления налоговыми потоками, поскольку, обеспечивая достаточный уровень доходов бюджетной системы, налоговая система в то же время не должна создавать избыточного или неравномерного давления на экономику. Важно добиться того, чтобы уровень и структура налоговой нагрузки не ухудшали условия экономического роста, не искажали условия конкуренции и не препятствовали притоку инвестиций, а напротив, способствовали повышению конкурентоспособности и реструктуризации экономики в пользу перерабатывающих отраслей на инновационной основе.

## Список литературы

- 1 Послание Президента Республики Казахстан — Лидера нации Н.Назарбаева народу Казахстана «Стратегия «Казахстан – 2050»: новый политический курс состоявшегося государства» // Казахстанская правда. — 2012. — 15 дек.
- 2 [ЭР]. Режим доступа: <https://innreru/delovayaliterature/nalogovyimenedzhment>
- 3 Статистический бюллетень Министерства финансов РК за 2015 г. — [ЭР]. Режим доступа: [www.respublika-kz](http://www.respublika-kz)
- 4 *Ерсикбаева Б.Ж.* Современные инструменты налогового регулирования в свете нового налогового кодекса. — Вестн. КазНУ. — Сер. Экономическая. — 2010. — № 1. — С. 53–57.
- 5 *Серикбаева К.А.* Налоговое регулирование — как один из элементов налогового механизма и сферы государственного налогового менеджмента // Банки Казахстана. — 2010 — № 6. — С. 20–24.
- 6 *Скакунова А.А.* Модернизация государственной налоговой политики в социально-ориентированной налоговой системе: Автореф. дис. ... канд. экон. наук. — Орел, 2012.
- 7 [ЭР]. Режим доступа: <https://henewskz/2624html>
- 8 [ЭР]. Режим доступа: <https://news.iveskz664/56154>

Н.А.Лисова

### Мемлекеттік салықтық менеджмент жүйесіндегі салықтық реттеу

Мақалада салықтық реттеудің мәселелері және оның мемлекеттің өзінің экономикалық өсім концепциясына сәйкес нарықтық экономикаға қатысуына байланысты мақсаты мен міндеттері қарастырылды. Салықтық реттеудің әдістері мен тәсілдері, салықтық жеңілдіктер мен салықтық тежеуіштер талданды. Кедендік одақ қызметі шартындағы салықтық мөлшерлемелердің бекітілу мәселелері қарастырылды. Салықтық механизмнің кемшіліктерін дәлелдейтін салықтық реттеудің сұрақтары зерттелді.

N.A.Lisova

### Tax regulation in the system of state tax management

In the article the problems of tax regulation, defines its purpose and objectives in respect of government intervention in the market economy in accordance with their concept of economic growth, and anti-crisis measures of the government. Examines the techniques and methods of tax regulation: tax preferences and tax deterrence. Discusses the tax rates under the action of the Customs Union. Raises the problems of tax regulation, indicating the shortcomings of the tax mechanism.

### References

- 1 *Kazhstanskaya pravda*, of 2012, 15.12.
- 2 [ER]. Access mode: [https://innreru/delovaya\\_literature/nalogovyimenedzhment](https://innreru/delovaya_literature/nalogovyimenedzhment)
- 3 Statistical bulletin MF RK, Almaty, 2015, [ER]. Access mode: [www.respublika-kz](http://www.respublika-kz)
- 4 *Ersikbaeva B.Z. Bulletin of the KNU*, Economic series, 1, p. 53–57.
- 5 *Serikbaeva K.A. Banks of Kazakhstan*, 2010, 6, p. 20–24.
- 6 *Skakunova A.A. Modernization of the State tax policy in socially oriented tax system: Dis. ... candidate of economical sciences*, Orel, 2012.
- 7 [ER]. Access mode: <https://henews.kz/2624htm>
- 8 [ER]. Access mode: <https://news.iveskz664/56154>

УДК 658. 012. 001. 76

Г.А.Копжасарова

*Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза  
(E-mail: karagandinka 88@mail.ru)*

### **Управление процессами создания нововведений в инновационных организациях и компаниях**

В статье дается определение инновационному предпринимательству как особому виду коммерческой деятельности, имеющей целью получение прибыли путем создания инноваций во всех сферах народного хозяйства. Рассматривается принципиальная схема инновационного предпринимательства. Анализируются особенности управления процессами создания нововведений в инновационной организации. Изучаются виды инновационных предприятий и компаний. Раскрываются сущность и роль малых инновационных предприятий на современном этапе развития экономики. Систематизируются преимущества и недостатки малых предприятий в осуществлении инновационной деятельности.

*Ключевые слова:* инновации, предпринимательство, модели, схема, особенности, управление, классификация, малое инновационное предприятие, преимущества, недостатки.

#### *Понятие инновационного предпринимательства*

Активным фактором экономического развития страны, коммерциализации, творческой деятельности разработчиков новой техники в условиях рыночной экономики становится инновационное предпринимательство. Под инновационным предпринимательством понимается особый вид коммерческой деятельности, имеющей целью получение прибыли путем создания и активного распространения инноваций во всех сферах народного хозяйства. В отличие от классического, репродуктивного предпринимательства инновационное основывается на поиске новых путей развития действующего предприятия (новой продукции, технологии, рынков, материалов, форм управления) или на создании нового, инновационно ориентированного предприятия [1; 427].

По мнению специалистов [2–4], инновации служат специфическим инструментом предпринимательства, причем не инновации сами по себе, а направленный организованный поиск новшеств, постоянная нацеленность на них предпринимательских структур. П.Друкер отмечает, что «предпринимателей отличает инновационный тип мышления. Инновационность — особый инструмент предпринимательства» [5; 41].

Анализ деятельности фирм и компаний, успешно ведущих инновационную деятельность, показывает, что основным мотивом для разработки инноваций является желание и стремление руководства вести стратегическую деятельность вообще и осуществлять инновационную в частности. Другими словами, на фирме должен быть лидер-новатор, который готов выделить ресурсы на разработку продукции и постоянно заинтересовывать в инновациях весь персонал.

На основе способа организации инновационного процесса в фирме можно выделить три модели инновационного предпринимательства [6; 99]:

1) инновационное предпринимательство на основе внутренней организации, когда инновация создается и осваивается внутри фирмы ее специализированными подразделениями на базе планирования и мониторинга их взаимодействия по инновационному проекту;

2) инновационное предпринимательство на основе внешней организации при помощи контрактов, когда заказ на создание и освоение инновации размещается между сторонними организациями;

3) инновационное предпринимательство на основе внешней организации при помощи венчуров, когда фирма для реализации инновационного проекта учреждает дочерние венчурные фирмы, привлекающие дополнительные сторонние средства.

Наиболее часто используемой является вторая модель инновационного предпринимательства — когда фирма размещает заказ на разработку новшеств, а осваивает их собственными силами. Относительная редкость использования первой модели объясняется недостаточным потенциалом «заводской науки».

Типовая схема инновационного предпринимательства приведена на рисунке 1.

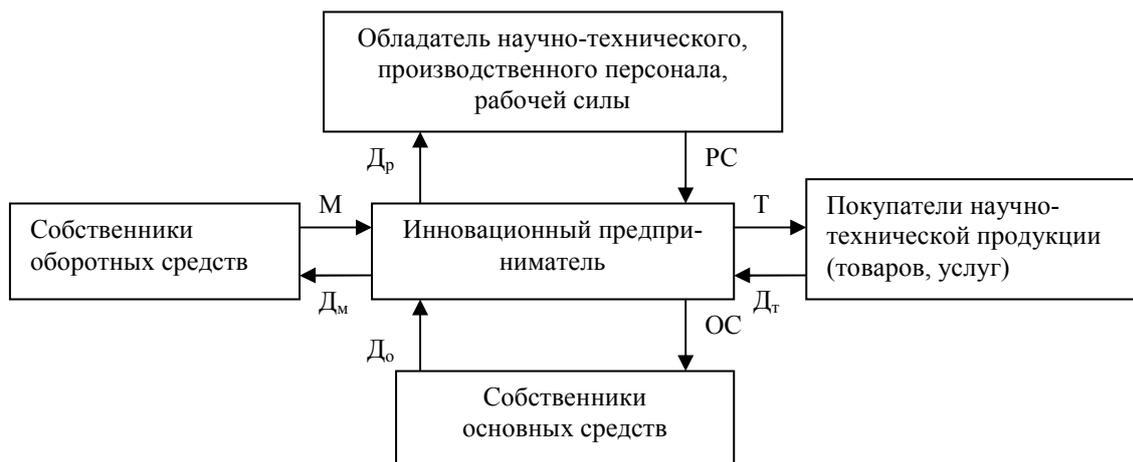


Рисунок 1. Принципиальная схема инновационного предпринимательства (данные работы [7; 138])

Известно, что необходимые материалы, сырье и комплектующие изделия (М) предприниматель приобретает у собственников оборотных средств, оплатив их стоимость ( $D_m$ ). Для производства научно-технической продукции (товаров, услуг) предпринимателю также необходимы основные средства (ОС) в виде сооружений, помещений, специального оборудования, оснастки, инструментов и т.п. Предприниматель может приобрести их у собственников основных средств или арендовать. За требуемые для инновационной деятельности ОС необходимо уплатить денежную сумму ( $D_o$ ), размер которой зависит от вида и количества необходимых для деятельности ОС и их стоимости. Для осуществления инновационной деятельности предпринимателю также необходимо привлекать научно-технические кадры, производственный персонал, т.е. рабочую силу (РС), затрачивая на это определенные денежные ресурсы ( $D_p$ ). Результатом инновационной деятельности выступает готовый товар (продукция, услуга) (Т), который предприниматель реализует потребителю инновационной продукции по цене ( $D_t$ ), включающей в себя затраты на производство и прибыль предпринимателя.

К категории инновационного предпринимательства в отечественной и зарубежной практике обращаются чаще всего для того, чтобы выделить во всех сферах экономики страны специфические субъекты хозяйственной деятельности, составляющие постоянно развивающийся особый сектор экономики, требующий специальных инструментов менеджмента и форм государственной поддержки.

#### *Особенности инновационных организаций (компаний)*

Деятельность современных предприятий существенным образом отличается от деятельности предприятий 1990-х гг. В литературе по менеджменту понятие «предприятие» («фирма») уступило место терминам «обновляющаяся организация», «обучающаяся организация», «инновационная организация» (применительно к промышленному предприятию, но не научно-исследовательскому институту), «предприятие XXI века».

Инновации создаются абсолютным большинством предприятий и организаций мира. Однако только их весьма ограниченное количество можно назвать обновляющимися (или инновационными).

Главное отличие обновляющихся компаний заключается в ориентации на изменения, которые становятся нормой для их деятельности.

Как отмечается в работе [8; 179], особенности инновационных организаций заключаются в их собственном понимании:

- а) сущности инноваций (табл.1);
- б) управления процессами создания новшеств (табл. 2).

Т а б л и ц а 1

**Сущность инноваций**

Основные положения	Содержание
Определение инновации	Новая ценность, изменения во внешней среде
Ориентир при создании инноваций	Рынок
Критерии инновации	Уровень изменений в экономике и социальной сфере
Результаты инноваций	Новое богатство и новый потенциал действия в обществе

*Примечание.* Использованы данные работы [8; 180]

Т а б л и ц а 2

**Особенности управления процессами создания нововведений в инновационной организации**

Основные положения	Содержание
Главные предпосылки инновационной стратегии	Старение продукции, технологий, рынков, каналов распределения и т.д.
Основа инновационной стратегии	Плановая и систематическая замена устаревшего
Направление работ по созданию инноваций	Отказ от известной временной последовательности «исследование–разработка–производство–маркетинг». Руководитель проекта осуществляет работы в зависимости от логики ситуации
Организационные принципы создания инноваций	Отдельно от текущего производства
Организация работы по созданию инноваций	Самостоятельная группа или команда, работающая параллельно с существующей структурой, но органически встроенная в нее
Финансирование	Отдельно от текущей деятельности

*Примечание.* Использованы данные работы [8; 180].

В инновационной организации поощряется выдвижение идей. Но тогда, когда идея приобретает очертания конечной продукции и требуются серьезные вложения в ее разработку, необходима оценка рыночной реальности идеи. П.Друкер считает, что прежде чем выделить ресурсы, следует обязательно проверить обоснованность и практичность идеи, ее способность создавать будущее бизнеса.

Кстати, Питер Друкер выделяет семь источников инновационных идей [5; 48]:

- неожиданное событие (для предприятия или отрасли — неожиданный успех, неожиданная неудача, неожиданное внешнее событие);
- неконгруэнтность — несоответствие между реальностью, какая она есть на самом деле, и нашими представлениями о ней (такая, какой она должна быть);
- нововведения, основанные на потребности процесса (под потребностью процесса следует иметь в виду те его недостатки и «слабые места», которые могут и должны быть устранены);
- внезапные изменения в структуре отрасли или рынка;
- демографические изменения;
- изменения в восприятиях, настроениях и ценностных установках;
- новые знания (как научные, так и ненаучные).

Существенное отличие инновационных организаций заключается в том, что создание в них инноваций есть разновидность бизнеса, тогда как в большинстве организаций — это функция, часть общей деятельности предприятия. А поэтому и организация инновационной деятельности отличается от классической последовательности действий: «исследование–разработка–производство–маркетинг». В традиционной функциональной организации работа планируется по принципу «от настоящего — в будущее» (концепция стратегического планирования), в новаторской — по принципу

«оттуда, где мы хотим быть, — назад к тому, что мы должны делать, чтобы туда попасть» (концепция стратегического управления).

*Классификация инновационных организаций (компаний)*

Автором учебного пособия «Инновационный менеджмент предприятия» А.И.Базилевич предлагается следующая классификация инновационных организаций (рис. 2).

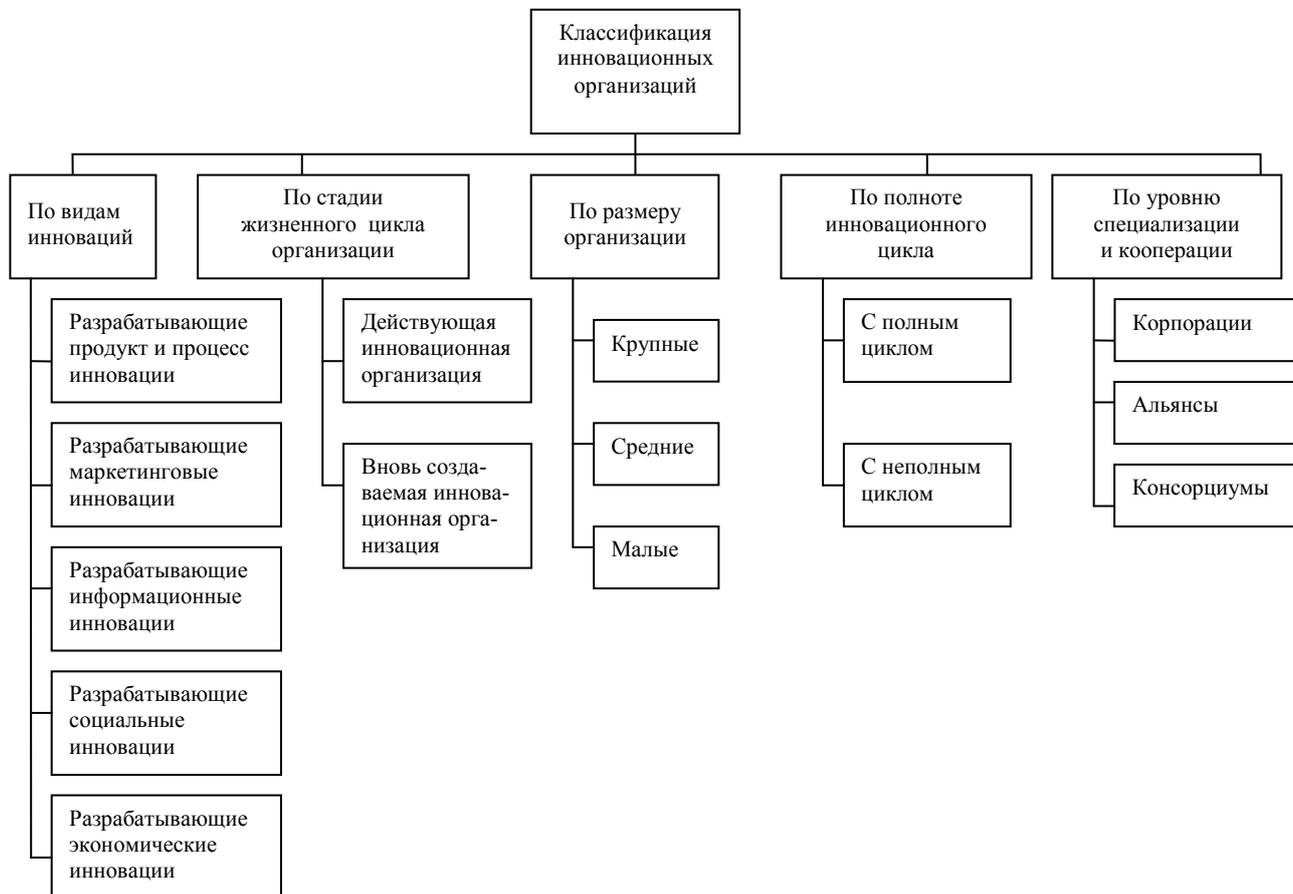


Рисунок 2. Виды инновационных организаций (данные работы [6; 98])

Как видно из рисунка 2, инновационное предпринимательство может быть крупным, средним и малым. Крупные инновационные предприятия появились в середине XX столетия. К ним можно отнести IBM, General Electric, Pfizer и другие компании. Но одновременно в сфере инновационного предпринимательства начали появляться малые предприятия, которые с ограниченными ресурсами брались за выполнение высокорисковых проектов, определяя динамику научно-технологических изменений в каких-либо отраслях экономики.

Зарубежный опыт показывает, что большинство выдающихся изобретений последних лет увидели свет благодаря небольшим компаниям и лишь по прошествии известного времени стали производиться крупными корпорациями. И это не удивительно. По данным американских ученых, 70–80 % всех исследований и разработок «умирают» уже на первой стадии — проработки идей, затем процент «смертности» снижается, а оставшиеся идеи приобретают более или менее коммерческую ценность и практическую осуществимость. Около 80 новых продуктов, поступающих на рынок, вообще не имеют успеха и снимаются с производства [9; 171].

И крупные, и мелкие фирмы, связанные с научными исследованиями и разработками, заинтересованы в сотрудничестве друг с другом. Для крупных корпораций это возможность быстрого и относительно дешевого получения результатов, требующих лишь минимальной доработки, и снижения степени риска для проведения аналогичных НИОКР собственными силами. Для небольших предприятий — это решение многих проблем, связанных с завершением работ и выходом на рынок,

поскольку крупные фирмы в данном случае выступают как организаторы и источники финансирования.

Специалисты [10; 122] выделяют следующие типы малых инновационных фирм (компаний):

- внедренческие компании — компании, созданные учеными с целью практической реализации и коммерциализации результатов научных исследований;
- компании-пионеры — малые фирмы, созданные крупными компаниями для апробирования нового продукта или технологии;
- стратегические альянсы — компании (в том числе контрактные), созданные крупными корпорациями для совместного проведения и реализации результатов НИОКР. В практике международного предпринимательства выделяются два типа институциональных единиц, исходя из способа объединения ресурсов: компании, созданные на основе связей собственности, обладающие статусом юридического лица (equity companies); компании, ресурсы в которых объединяются только на договорной основе и которые не имеют статуса юридического лица (non-equity или contractual companies);
- компании-исследователи — компании, созданные при корпорациях или научных институтах, которые постоянно занимаются научными разработками в определенной области по профилю материнской структуры;
- венчурные компании — компании, созданные венчурными фондами; в отличие от компаний предыдущих типов венчурные компании создаются не с целью внедрения результатов НИОКР, а с целью эффективного размещения капитала венчурного фонда, принципы деятельности которого предполагают вложения капитала в рискованные, высокоприбыльные проекты, как правило, наукоемкие.

Мелкие внедренческие фирмы являются как бы связующим звеном между фундаментальными и прикладными исследованиями. Поэтому такие фирмы часто основываются учеными, работавшими в университетах или крупных лабораториях, а также инженерами, работавшими в крупных фирмах и желающими самостоятельно воплотить свои идеи в жизнь.

Руководители крупных компаний и университетов, как правило, не препятствуют образованию мелких самостоятельных внедренческих фирм, более того, предлагают свою техническую и финансовую помощь.

Многие западные ученые выступают за сотрудничество крупных и малых фирм, подчеркивая, что это сотрудничество наиболее четко проявляется в отраслях высокой технологии и сфере НИОКР, где такие связи не только очевидны, но и юридически оформлены.

#### *Преимущества и недостатки малых и крупных фирм в осуществлении нововведений*

Роль малых инновационных предприятий (МИП) в развитии экономики определяется их преимуществами при осуществлении инновационной деятельности. Автором статьи [11; 283] выделены некоторые из них.

1. Малые инновационные предприятия способны конкурировать с крупными предприятиями благодаря углубленной специализации при проведении научных разработок. К тому же для этого им не всегда необходимы крупные финансовые ресурсы.
2. Малые инновационные предприятия занимают ту нишу, которая является для крупных предприятий не особо интересной и перспективной.
3. Малые инновационные предприятия имеют возможность начинать научно-производственную деятельность сразу с опытно-конструкторских разработок, что позволяет за короткий промежуток времени внедрить высокотехнологичную продукцию на рынок и начать ее распространение.
4. В малых предприятиях все этапы инновационного процесса объединены под руководством одного лица, что способствует достижению конечной цели. В то же время в крупных предприятиях полномочия по осуществлению разных этапов инновационного процесса делегированы между разными специализированными подразделениями, что существенно затягивает процесс получения инновационной продукции.
5. Крупные предприятия обычно не берутся за выполнение высокорисковых проектов, хотя имеют больше возможностей привлечения финансовых средств. В то же время малые инновационные предприятия охотно берутся за разработку и освоение оригинальных нововведений, но

для них всегда существуют определенные проблемы с привлечением средств. Обычно инструментом финансирования высокорисковых проектов МИП выступает венчурное финансирование.

6. Малые инновационные предприятия обладают большими возможностями для перепрофилирования деятельности, расширения номенклатуры выпускаемых изделий, разработки уникальной продукции и удовлетворения индивидуального спроса.

7. Если крупные предприятия для удержания уже завоеванных позиций на рынке модифицируют и улучшают традиционно выпускаемую продукцию, то малые инновационные предприятия склонны к созданию новшеств, показывая свою динамичность и эффективность.

В таблице 3 представлены наиболее важные достоинства и недостатки МИП и крупных фирм в осуществлении нововведений.

Т а б л и ц а 3

**Организационно-управленческие преимущества и недостатки  
малых и крупных фирм в осуществлении нововведений**

Параметр	Малые фирмы		Крупные фирмы	
	Преимущества	Недостатки	Преимущества	Недостатки
Персонал	Энтузиазм, сплоченность, инициативность	Часто дефицит необходимых специалистов	Большой и разнообразный кадровый потенциал	Чрезмерная специализация, карьеризм, безынициативность
Финансы	Низкая капиталоемкость	Повышенный риск вложений из-за неопределенности нововведений. Трудности получения заемных средств	Возможности привлечения заемных средств, «портфельное» распределение риска, способность крупного самофинансирования	Преимущественная ориентация на максимизацию прибыли
Руководство	Личный пример, минимум бюрократизма, способность принятия риска, «предпринимательский дух»		Опыт профессионального руководства	Подверженность бюрократизму, боязнь риска, недоучет человеческого фактора
Внутренние коммуникации	Коммуникация «лицом к лицу», быстрая реакция на внутренние проблемы			Противоречия формальной и неформальной структур, многоступенчатые коммуникации
Внешние коммуникации		Ограниченные каналы связей, трудность привлечения внешних источников услуг, контактов	Возможности подключения к внешним источникам научно-технической экспертизы, информации, развитые каналы связи	
Маркетинг	Способность быстрой реакции на изменение спроса	Отсутствие, как правило, собственной сбытовой сети, необходимость завоевания рынка, узкая специализация	Развитая система сбыта и послепродажного обслуживания, прочные позиции на рынке	Возможен монополизм

*Примечание.* Использованы данные работы [9; 175].

В ходе сопоставления преимуществ и недостатков малых и крупных фирм и компаний при осуществлении нововведений надо иметь в виду, что удельные затраты на НИОКР у малых высокотехнологичных фирм нередко в несколько раз могут превышать аналогичный показатель крупных фирм. Это содействует их более быстрому и эффективному появлению на рынке инноваций. Изобретательским группам в малых фирмах приходится работать в областях, где исследователи не

являются профессионалами, так как небольшая фирма не может держать специалистов по многим отраслям знаний, а это порой способствует появлению новых оригинальных идей и нового подхода к решению проблем, слишком привычных для специалистов.

Малые фирмы, как правило, стремятся любыми средствами выйти на рынок и завоевать определенное положение. Иногда крупные фирмы не осваивают изобретения, разработанные в собственных научных подразделениях, из-за риска получения недостаточно высокой нормы прибыли, которая может не покрыть потери.

Большое число крупных фирм концентрирует усилия на другой форме использования научно-технического потенциала — приобретении акций и поглощение малых фирм, освоивших выпуск какого-либо нового продукта или технологии и уже доказавших их дееспособность на рынке. Часто таким образом крупные фирмы решают вопрос о переходе на более прогрессивную технологию производства или выходе на другой рынок. В этих случаях крупные фирмы напрямую привлекают результаты деятельности других фирм. Речь идет о широком применении внутреннего венчура, т.е. предоставлении широкой автономии научным группам или подразделениям. Образование таких венчурных групп дает возможность использовать преимущества внедрения НИОКР в небольших научных организациях при одновременном использовании мощного научно-технического потенциала крупной фирмы.

### Список литературы

- 1 Основы инновационного менеджмента: Теория и практика: Учеб. пособие / Под ред. П.Н.Завлина и др. — М.: ОАО «НПО Издательство «Экономика», 2000. — 475 с.
- 2 Акмаева Р.И. Инновационный менеджмент: Учеб. пособие. — Ростов н/Д.: Феникс, 2009. — 347 с.
- 3 Афонин И.В. Инновационный менеджмент: Учеб. пособие: — М.: Гардарики, 2005. — 224 с.
- 4 Каренов Р.С., Баймухамедов М.Ф. Проблемы становления и развития современного менеджмента (Книга первая): Монография. — Караганда: Изд.-полиграф. центр Казахстанско-Российского ун-та, 2013. — 432 с.
- 5 Питер Ф.Друкер. Рынок: как выйти в лидеры (Практика и принципы): Пер. с англ. — М.: Бук Чембэр Интернэшнл, 1992. — 352 с.
- 6 Базилевич А.И. Инновационный менеджмент предприятия: Учеб. пособие. — М.: ЮНИТИ — ДАНА, 2009. — 231 с.
- 7 Гугелев А.В. Инновационный менеджмент: Учебник. — М.: Изд.-торговая корпорация «Дашков и К<sup>0</sup>», 2007. — 336 с.
- 8 Бовин А.А., Чередникова Л.Е., Якимович В.А. Управление инновациями в организации: Учеб. пособие. — М.: Изд-во «Омега — Л», 2009. — 415 с.
- 9 Медынский В.Г. Инновационный менеджмент: Учебник. — М.: ИНФРА-М, 2004. — 295 с.
- 10 Мазоль С.И. Экономика малого бизнеса: Учеб. пособие. — Минск: Книжный Дом, 2004. — 272 с.
- 11 Кольбаев М.К. Сущность и содержание малого инновационного предпринимательства // Вестн. Национальной академии наук Республики Казахстан. — 2015. — № 2. — С. 280–285.

Г.А.Көпжасарова

### **Инновациялық ұйымдар мен компанияларда жаңа енгізілімдер жасау үдерісін басқару**

Мақала халық шаруашылығының барлық салаларында инновациялар жасау жолымен пайда табу мақсаты бар коммерциялық қызметтің айрықша түрі ретіндегі инновациялық кәсіпкерлікке анықтама берілген. Инновациялық кәсіпкерліктің принципті сызбасы қарастырылған. Жаңа енгізілімдер және инновациялық ұйымдар құру үдерісін басқару ерекшеліктері талданған. Экономика дамуының қазіргі кезеңіндегі шағын инновациялық кәсіпорындардың мәні мен ролі қарастырылған. Инновациялық қызметті жүзеге асырудағы шағын кәсіпорындардың артықшылықтары мен кемшіліктері жүйеленген.

G.A.Kopzhasarova

## **Management of processes of creation of innovations in the innovative organizations and the companies**

Definition is given to innovative business as to a special type of the commercial activity aiming at receiving profit by creation of innovations in all spheres of a national economy. The schematic diagram of innovative business is considered. Features of management of processes of creation of innovations in the innovative organization are analyzed. Types of the innovative enterprises and companies are studied. The essence and a role of the small innovative enterprises at the present stage of development of economy reveal. Advantages and shortcomings of small enterprises of implementation of innovative activity are systematized.

### References

- 1 *Bases of innovative management: Theory and practice*, the manual / under P.N.Zavlin's edition et al., Moscow: OAO «NPO Publishing House «Ekonomika», 2000, 475 p.
- 2 Akmayeva R.I. *Innovative management*, manual, Rostov on Don: Phoenix, 2009, 347 p.
- 3 Afonin I.V. *Innovative management*, manual, Moscow: Gardariki, 2005, 224 p.
- 4 Karenov R.S., Baymukhamedov M.F. *Problems of formation and development of modern management (Book the first)*, monograph, Karaganda: Publishing and printing center of the Kazakhstan-Russian University, 2013, 432 p.
- 5 Peter F.Druker. *Market: how to gain the lead (Practice and the principles)*, the lane with English, Moscow: Booke Chamber Interneshil, 1992, 352 p.
- 6 Bazilevich A.I. *Innovative management of the enterprise*, manual, Moscow: UNITY — it is GIVEN, 2009, 231 p.
- 7 Gugelev A.V. *Innovative management*, textbook, Moscow: Publishing and trade corporation «Dashkov and K0», 2007, 336 p.
- 8 Bovin A.A., Cherednikova L.E., Yakimovich V.A. *Management of innovations in the organization*, manual, Moscow: Omega — L publishing house, 2009, 415 p.
- 9 Medynsky V.G. *Innovative management*, textbook, Moscow: INFRA-M, 2004, 295 p.
- 10 Mazol' S.I. *Ekonomik of small business*, manual, Minsk: Book House, 2004, 272 p.
- 11 Kolbayev M.K. *Messenger of National academy of Sciences of the Republic of Kazakhstan*, 2015, 2, p. 280–285.

А.Т.Қабиева

*Т.Рысқұлов атындағы Қазақ экономикалық университеті, Алматы  
(E-mail: asem\_kt\_1985@mail.ru)*

### **Бидайды сақтау және ұқсату кәсіпорындарында бюджеттендірудің тиімді жүйесін енгізу**

Мақалада басқару есебі жүйесінде бюджеттендірудің экономикалық мәні қарастырылған. Кәсіпорынның қаржылық-шаруашылық қызметінде оның рөлі анықталған, бидайды сақтау және өндіру кәсіпорындарында бюджеттендіру мәселелері көрсетілген және осы кәсіпорындарда бюджеттендіру жүйесін енгізудің негізгі бағыттары дәлелденген. Бюджеттендіру жүйесі кәсіпорынды сапалы басқарудың және қабылданатын шешімдердің негізгі факторларының бірі болып табылады. Бюджеттендіру жүйесін енгізудің басты мақсаты — кәсіпорынның қаржылық-экономикалық тиімділігін және қаржылық тұрақтылығын арттыру.

*Кілт сөздер:* бюджеттеу, жоспарлау, бюджет, басқару, қаржылық жауапкершілік орталықтары, табыс орталығы, шығыс орталығы.

Бәріміз білетіндей, басқару есебі элементтерінің бірі болып басқарушылық талдау табылады, ол — шешім қабылдауға нұсқалар мен баламаларды бағалауға ақпараттық дайындау. Егер ондай мүмкіндік болса, ішкі басқарушылық есептіліктің мазмұнында бастапқы алдын ала аналитикалық есептеулері болуы қажет, олар ақпаратты тиімдірек қабылдауға мүмкіндік береді. Әр түрлі деңгейдегі басқарушылар үшін басқарушылық есептілігі есеп берулермен жұмыс істеу кезінде, басқару қызметкерлеріне пайдалы болатындай нысанда көрсетілген ақпаратты қамтығаны маңызды. Осылайша, бөлімше басқарушылары үшін өндіріс қуатын пайдалануды, құрылғылардың жүктемесін, олардың қызмет нәтижесі мен шығындарға әсерін анықтауды талдау нәтижелері үлкен қызығушылық тудырады. Толығырақ талдау жоғары басқару қызметкерлеріне арналған есептілікте көрсетіледі. Осы есептілікте кәсіпорынның қаржылық-шаруашылық қызметінің нәтижесіне барлық негізгі әсер етуші факторлар көрсетіледі. Сонымен қатар жекеше назар басқару есебі жүйесі мен бюджеттендіруде қаржылық көрсеткіштерді талдауға бөлінеді [1].

Қазіргі бизнес-ортада бюджеттендіру деген не? Бір мәнді жауапты бірде-бір оқулық бермейді. Авторлар бұл ұғымды әр түрлі түсіндіреді, ол, қатаң бәсекелестік жағдайында, кәсіпорындардың тәуір жұмыс істеуі үшін қажет.

Бюджеттендірудің мәні болып, бюджеттің нақты көрсеткіштерінде жүзеге асырылған және бухгалтерлік есептің құрылғыларымен сәйкестендірілген нақты міндеттерді шешуге бағытталған, стратегиялық және тактикалық мақсаттардың шегінде, кәсіпорынның қызметін жоспарлау табылады. Қызмет барысында және есептілік кезеңінің аяқталғанынан кейін нақты көрсеткіштерді жоспарлы көрсеткіштермен салыстырмалы талдау іске асырылады, ауытқулар анықталады, олардың себептері талданады және сәйкес басқару шешімдері қабылданады [2].

И.В.Сокольникова «Басқару есебі және бюджеттендіру» атты өз кітабында негізгі бюджет байланыстырып тұратын буын деген пікірді ұстанады, яғни бюджет кәсіпорынның әр түрлі қызметтерінің жоспарын біріктіреді. Ереже бойынша, бюджет жақынырақ немесе ағымдық жылға құрастырылады. Мағынасы бойынша, ол кәсіпорынның әр түрлі қорларға қажеттілігін тәптіштелген сандық бағалауын білдіреді. Кәсіпорынның жылдық бюджетін дайындау барысы бюджеттендіру деп аталады [3].

Бюджет — бұл кәсіпорынның өндірістік қызметімен келісілген, оның мақсаттары есептіліктің көрсеткіштерінде ақшалай бірлікте міндеттемелермен байланыста көрсетілген, нақты кезеңге қаржылық жоспар, яғни осы мақсаттарға жетуіне әр бөлімшелердің жауапкершіліктері [4].

Мәні бойынша, бюджет — белгілі бір уақыт мөлшерінде кәсіпорынның қызметін құрылымдық кешенді жоспарлау, ал бюджеттендіру — кәсіпорынның мақсаттарына жетуіне бағытталған, жоспарлауға негізделген, бизнесті басқару. Осындай басқаруды бағалаудың басты белгісі қандай болуы мүмкін? Әлбетте, бұл жоспарлы көрсеткіштердің жетістігі. Жоспарлаудың дұрыстығы жоғары болған сайын, кәсіпорынның қызметін алдын ала болжауға және оның ресурстарын тиімдірек

пайдалануға мүмкіндік туады, сонымен қатар оның қызметінің қаржылық көрсеткіштері жоғарырақ болады [5].

Бюджет өзімен келісілген және теңдестірілген қысқа мерзімдік жоспарды білдіреді, ол өзіне кәсіпорынның негізгі, қаржылық және инвестициялық қызметін біріктіреді [6].

Бюджет бюджеттендірудің орталық буыны болып табылады. АҚШ-тың басқару есебі бойынша, дипломдық бухгалтерлер институтының анықтамасы бойынша, «бюджет — белгілі бір мерзімге дейін дайындалған және қабылданған, ақшалай көрсеткіштегі сандық жоспар, ол негізінде болжамды қолжетімді пайданың жоспарлы мөлшерін және осы кезең ішінде кетуі қажет шығындарды, сонымен қатар осы мақсатқа жету үшін тартуы қажет капиталды көрсетеді» деп анықтайды. Осы анықтамадан туындайтыны, бюджет жоспарлаудың маңызды құралы болып табылады, оны кәсіпорын өзінің жарғылық қызметінде қарастырылған, мақсатына жетуі үшін қолданады. Оған қоса, бюджет кәсіпорынның әр түрлі бөлімшелерінің қызметтерін үйлестіру және жоспарлы көрсеткіштердің уақытылы орындалуын қадағалайтын, басқарушылық бақылау құралы болып табылады. Демек, басқару есебінің ақпараттық негізі ретінде, бюджет оның ақпаратын пайдаланушылар үшін анық, мазмұнды, қолжетімді және түсінікті болуы қажет. [7].

И.Сокольникова, С.Нұрмағамбетова, Л.Еспергенова, Н.Плясовских, Б.Дука, М.Вахрушина атты ғалымдар бюджетті жоспар мен бюджеттендіруді жоспарлау барысымен теңдестіреді. Біздің көзқарасымыз бойынша, ақпараттық жүйе жоспарлау барысын, бақылауды және талдауды бір жүйеге біріктіреді, себебі жоспарлау бақылаусыз мағынасыз, бақылау үшін қолданылмайтын есеп мақсатсыз, ал бақылау жоспарлы және құжатты расталған мәліметтерге негізделмесе, мәнсіз болып табылады.

Жоспарлау — шешім қабылдау барысының ерекше түрі, ол бір ғана шараны қарастырмайды, кәсіпорынның жалпы қызметін қамтиды. Жоспарлау барысы бақылау барысымен үзіліссіз байланысты. Жоспарлау бақылаумен қатар басқару қызметтерінің бірі болып табылады және ол өзімен болашақта орындалуы қажет, іс-шараларды анықтау барысын білдіреді. Қандай да болмасын орташа өлшемге жеткен кәсіпорын және нәтижесінде қызмет бөлімдері дербестіктің белгілі бір деңгейін иемденген кәсіпорындар сияқты ұйымдық құрылымдары бар, жоспарлау мен бақылауды қажетсінеді [8].

Бюджеттендіру — бұл кәсіпорын бөлімшелерінің қызметтерін келісімді басқарудың үлестірілген жүйесі. Бюджеттендірудің тұтқалы кезеңдері болып шығындарды үйлестіру, бағыттау және бағалау табылады. Бюджеттендіру бюджет жүйесіне негізделеді [9].

Бюджеттендіру — бұл әр түрлі бөлімшелердің бюджеттерінің негізінде, кәсіпорынның бюджетін құру және орындау барысы [10].

Кәсіпорынды бюджеттендіру — жалпы кәсіпорынның қаржысын басқарудың кешенді элементтері. Қазақстандық кәсіпорындарда ол фрагменттік сипатта ғана бейнеленеді немесе жеке көрсеткіштерді бақылау үшін ғана қолданылады, мысалы, дебиторлық/кредиторлық берешек немесе өнімге бағаны есептеу элементі [11].

Бір авторлар бюджеттендіруді барыс ретінде ғана қарастырады, ал сол мезгілде басқалары оны көбінесе басқару технологиясы, құралы деп санайды, үшіншілері бюджеттендіруді қос ұғым ретінде қарастырады, олардың түсініктері бойынша, ол бір мезгілде барыс және құрал. Әрине, әр автор өзінше дұрыс ойлайды, бірақ бюджеттендіруді бизнесті жүргізудің қазіргі позицияларында қарастырсақ, ол бір мезгілде барыс және технология. Барыс ретінде бюджеттендіру кәсіпорынның құрылымдық бөлімшелерінің барлық салаларын қамтиды, басқару технологиясы ретінде ол кәсіпорынның қызметін нық бақылайды, қызмет нәтижесі тұрақты түрде бақыланады, ал қызметті жақсарту бойынша шешімдер жедел және үздіксіз қабылдануы мүмкін.

Бюджеттендіру жүйесі кәсіпорынды сапалы басқарудың және қабылданатын шешімдердің негізгі факторларының бірі болып табылады. Бюджеттендіру жүйесін енгізудің басты мақсаты — кәсіпорынның қаржылық-экономикалық тиімділігін және қаржылық тұрақтылығын арттыру. Бюджеттендіру жүйесі кәсіпорынның қаржылық қорларын тиімсіз шығындамау тәуекелділігін төмендетуге мүмкіндік береді. Ол жалпы кәсіпорын мен оның бөлімшелері арасында өзара қызығушылықты қамтамасыз етеді. Бөлімшелер үшін қорларды басқару мен бөлу тиімділігін арттырады [12].

Осылайша, отандық және шет елдік авторлардың «бюджеттендіру» ұғымына берген анықтамаларын қорытындылай келе, біз бюджеттендіруге төмендегідей анықтама береміз:

Бюджеттендіру басқарудың негізгі функциясының бірі – жоспарлаудың құрамдас бөлігі болып табылады, сондықтан ол кәсіпорынды басқарудың қандай да болмасын тиімді жүйесінің ішінде болады және жоспарлаудың мақсатын нақтылау үшін қолданылады.

Бюджеттендіру жүйесін енгізу кәсіпорынның қаржылық-шаруашылық қызметін жоспарлауға, жеке бөлімшелердің қызметтерінің қаржылық нәтижелерін болжауға және түзетуге, тәуекел факторларын есепке алумен қатар жалпы кәсіпорын мен бизнестің бағыттарын анықтауға мүмкіндік береді.

Жүйе кәсіпорынның қаржылық тәртібін және қаржылық қорларын бөлу тиімділігін арттыруға мүмкіндік береді. Бюджеттендіру жүйесі қызметкерлердің нәтижеге бағытталған, уәждемелерін жоғарылатуға апаратын.

Осылайша, бюджеттендіру жүйесін дайындау кезінде кезеңдердің қағидалық реттілігі келесідей түрге ие болады:

1. Бюджеттендіру жүйесінің негізгі қағидаларын дайындау.
2. Кәсіпорынның қаржылық құрылымын дайындау.
3. Кәсіпорынның бюджеттік үлгісін құру, ол өз бойында кәсіпорын бюджетін құру, біріктіру, бекіту, түзету, бақылау және талдау әдіснамасын дайындауды қамтиды.
4. Кәсіпорында бюджеттендірудің бизнес барысын регламенттейтін нормативтік базаны дайындау.
5. Өндірістік пайдалануға бюджеттендіру жүйесін енгізумен шартталған, ұйымдық өзгерістерді жүргізу.

Заманауи кәсіпорындарда бюджеттендіру өзімен кәсіпорынды қаржылық басқару барысын білдіреді. Бюджеттендіру барысы негізгі қаржылық-экономикалық көрсеткіштерді дайындауға, орындауға, бақылауға және талдауға негізделеді. Бірақ бюджеттендіру жүйесін енгізу үшін бірқатар шарттарды ұстануы қажет, оларсыз ол жұмыс істей алмайды. Бірінші орында кәсіпорын өндірудің жиынтық бюджеттің орындалуын талдау мен бақылаудың сәйкес әдіснамалық және әдістемелік базасымен қамтылған болуы қажет, ал басқару салаларының жұмыскерлері жеткілікті білікті болуы қажет. Сонымен қатар бюджеттерді өндіру мен жұмысы үшін кәсіпорын қызметінің сандық көрсеткіштерімен ақпараттық база қажет, яғни шаруашылық қызметтің фактілерін тіркейтін, сауатты қойылған басқару есебі жүйесі керек. Бюджеттендіру жүйесін енгізу кәсіпорынның айқын ұйымдық құрылымынсыз елестету мүмкін емес, онда ерекшеленген құрылымдық бөлімшелері бөлінуі тиіс, олар бюджеттендірудің объектілері болып табылады (қаржылық жауапкершілік орталықтары (ҚЖО)). Әр бөлімшеге бюджеттік жоспар қойылады және ол оны орындауға міндетті.

Кәсіпорындарда, соның ішінде бидайды сақтау және ұқсату кәсіпорындарында, бюджеттендіру жүйесін енгізу өте ұзақ және шығынды барыс. Жүйені енгізу және дайындау сатысында жіберілген қателіктер, оның тиімділігі мен пайдалылығын төмендетеді. Бюджеттендіру жүйесін әзірлеу кадамдарының ретін және олардың жауапты орындалуын сақтау маңызды.

Осы сұрақты қарастыру кезінде біз «Концерн «Цесна-Астық» ЖШС, «Ақмола-Диірмен» ЖШС, «Ақбидай-Астана» ЖШС атты астық өңдеу кәсіпорындарында бюджеттендіру процесі зерттелді.

«Ақбидай-Астана» ЖШС-де бюджеттендіру жүйесі қойылым сатысында тұр, осыған байланысты кәсіпорынның менеджерлері мен басшылары белгілі бір қиындықтарға тап болады. «Концерн «Цесна-Астық» ЖШС, «Ақмола-Диірмен» ЖШС-нің қаржылық құрылымы жеткілікті әзірленбеген, ал осы аталған кәсіпорындардың бюджеттендіру негізіне олардың ұйымдық құрылымы салынған, яғни бюджеттендіру кәсіпорында қызмет ететін бөлімдер мен бөлімшелердің шегінде, оларды қандай да болмасын қаржылық жауапкершілік орталықтарына апарусыз және қызметінің көрсеткіштеріне жауапкершілікті бекітусіз іске асырылады.

Бюджеттендіру кәсіпорынның жоспарлары мен бюджеттерін қаржылық жауапкершілік орталықтарына бөлген уақытта басталады. Қаржылық жауапкершілік орталықтары (ҚЖО) — бұл кәсіпорынның құрылымдық бөлімшесі, ол белгілі бір шаруашылық операцияларын жүргізеді және осы операциялардың қандай да болмасын қаржылық көрсеткіштеріне тікелей әсер етуге қабілетті. Осы себепті ҚЖО бақылауындағы көрсеткіштер мәліметтері деңгейіне жауапты. Қаржы нүктесі көзқарасынан қарастырғанда қандай да болмасын бөлім кәсіпорынға не әкелетініне және неге нақты жауап беретініне байланысты ҚЖО бес негізгі түрлерге бөлінеді:

- инвестициялық орталықтары;
- пайда орталықтары;

- маржиналдық табыс орталықтары;
- табыс орталықтары;
- шығын орталықтары.

Шығын орталықтары өз функционалдық міндеттерін орындау үшін әр түрлі қорларды тұтынатын және осылайша шығындарға әсер ететін бөлімшелерді құрастырады. Сәйкесінше, олар олардың мөлшеріне жауап береді. Шығын орталықтарының мысалы болып түрлі өндірістік бөлімшелер мен функционалдық қызметтер (қойма, есепке алу бөлімі, жарнама, қауіпсіздік) табылады.

Табыс орталықтары өз қызметінің барысында кәсіпорынға алып келетін, табыс үшін жауапты болып табылады. Кіріске жауапты болу үшін, бөлімнің оның деңгейіне ықпал ету мүмкіндігі болуы тиіс. Сондықтан табыстың орталығы, дайын өнім, тауарлар мен қызметтерді сатумен айналысатын, кәсіпорынның бөлімшесі бола алады, яғни функционалдық міндеті табыс алу үшін құрылған (сату бөлімі, қойма-дүкен, көтерме сауда базасы, агенттер желісі, фирмалық дүкендер және т. б.).

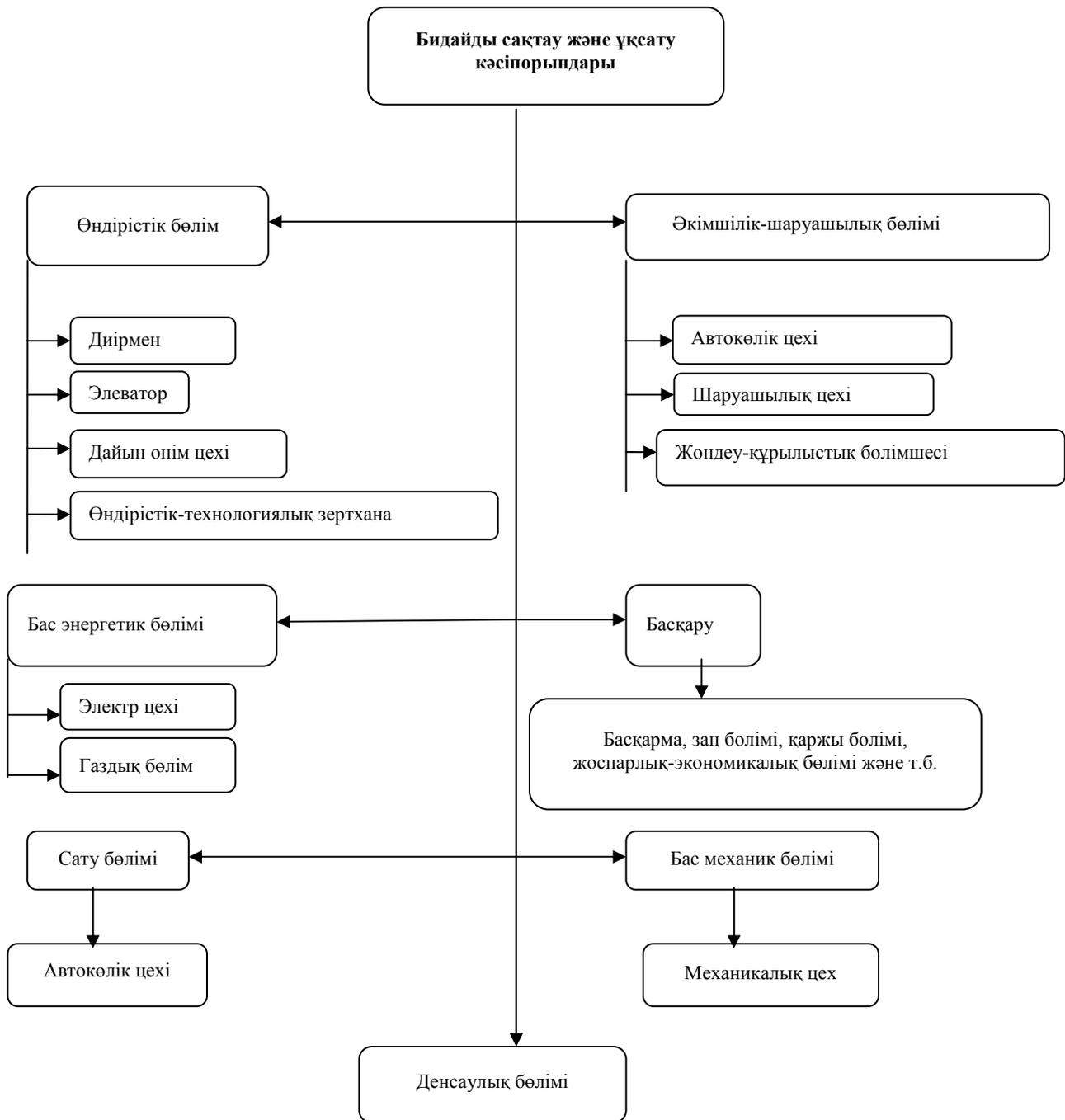
Маржиналдық табыс орталықтары — алынатын маржиналдық табыс (басқа атаулары — пайда маржасы, брутто-табыс, таза табыс, үстеме баға) көлеміне жауапты болып табылады. Өз құрылымында өте күрделі болып табылатын, ал, ең бастысы, мағынасында бөлімше қызметтері бизнес-бағыт болатын кәсіпорындарда құрылады. Мұндай бөлімшелер бір ғана өндірісті (шығын орталықтары сияқты) және бір ғана сауданы (табыс орталықтары сияқты) атқармайды, олар толық немесе толық дерлік өндіріс циклі мен белгілі бір номенклатурадағы өнімді сатуды жүзеге асырады.

Осылайша олар өз бағыттарының табыстары мен шығындарын бақылайды және жалпы өз қызметінің тиімділігіне жауап бере алады. Тиімділік шарасы ретінде жеке шығындар мен табыстардың бағыттары табылмайды, олардың арасындағы айырмашылық қарастырылады.

Пайда орталығы басшылық алдында алынған пайда сомасына жауап береді. Олар маржиналдық табыс орталықтары сияқты өз қызметтерінің табыстық та, шығыстық та жақтарын бақылайды. Бірақ бұл жерде әңгіме жеке бағыттағы шығыстар мен табыстар туралы болып отырған жоқ, жалпы кәсіпорынның табыстары мен шығыстары қарастырылуда. Тиісінше, пайда орталығы ретінде дербес компания табылады.

Инвестиция орталықтары барлық қаржы орталықтарының шыңы болып табылады. Олар айналым капиталын басқаруға ғана құқылы емес, яғни тапқан пайданың көлеміне (алдыңғы төрт түрлі орталық сияқты), сонымен қатар айналымнан тыс активтерге (негізгі құралдар мен материалдық емес активтерге) де жауап береді, мысалы, жаңа зауыт салу, ескірген жабдықты өзгерту, жаңа бағдарламалық қамтамасыз ету сатып алу, ал ірі көлемде — бизнесті сату немесе сатып алу, бұл орталық инвестициялар мен инвестицияларды қысқартуды жүзеге асыра алады дегенді білдіреді. Бұл жағдайда инвестиция орталығы осы инвестициялардың тиімді қолданылуын қамтамасыз етуге міндетті, бұл кәсіпорынның барлық активтерінің рентабельділігін өз мойнына алатындығын білдіреді. Бұл жерде инвестиция түсінігінде ұзақ мерзімді салымдардың жиынтық жобалары қарастырылмайды, ал кәсіпорынға салынған барлық капитал. Инвестиция орталығы — бұл, ереже бойынша, дербес немесе көп деңгейлі құрылым құрамындағы кәсіпорын. Алайда, іс жүзінде, кәсіпорын құрамында бөлімше де инвестиция орталығы бола алады, мысалы, аймақтық филиал, ол өз шаруашылық қызметін атқару кезінде, қандай негізгі құралдар құрамын пайдаланатынын өзі шешеді. Негізгі тізімде жауапкершілік орталықтарының бір түрі айтылмаған, ол еншілес (венчурлық) орталық. Егер кәсіпорындағы осындай орталық туралы айтатын болсақ, онда венчурлық жобаларды іске асыру нысанындағы жаңа бизнесті дамыту қарастырылады.

Бидай өндіру кәсіпорындарының қаржылық құрылымының графикалық бейнелері 1-суретте көрсетілген.

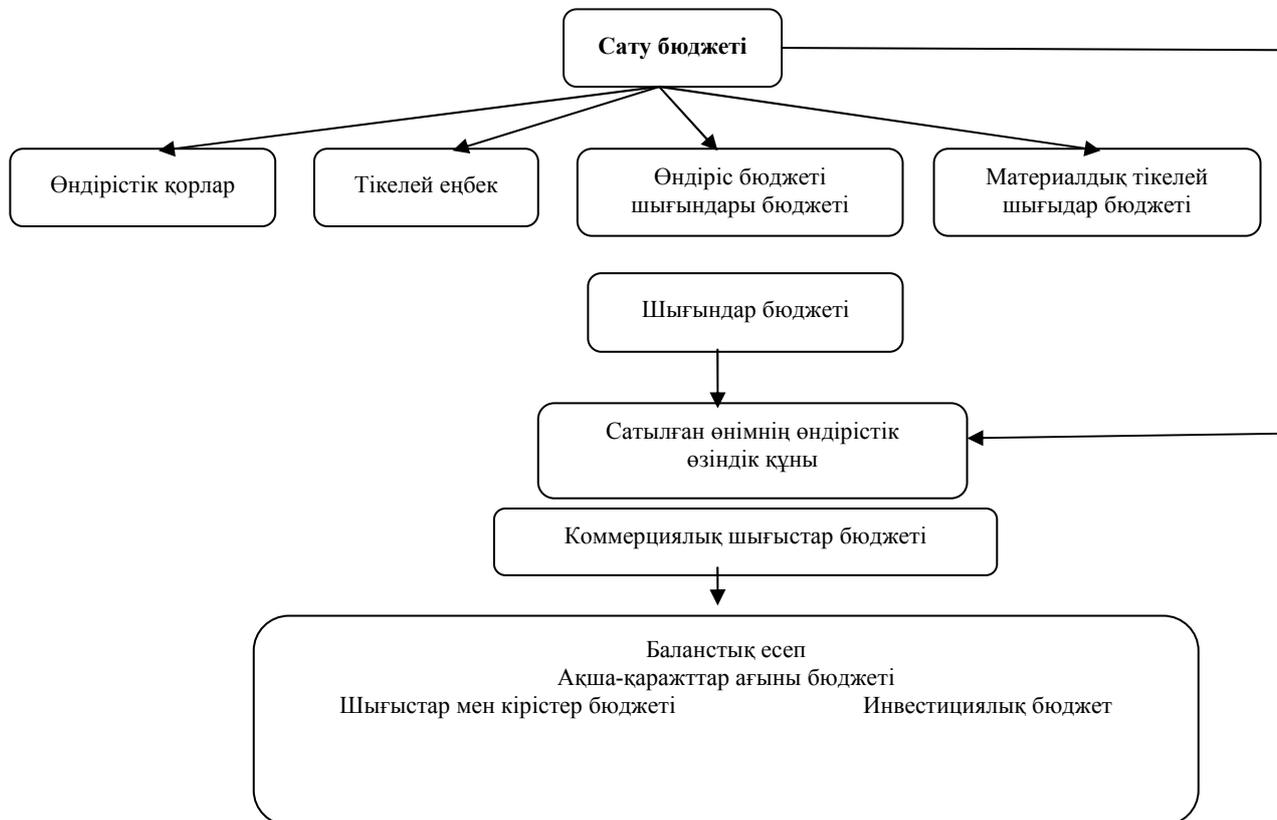


1-сурет. Бидай ұқсату кәсіпорындарының қаржылық құрылымының графикалық бейнелері

Кәсіпорында бюджеттендіру жүйесін енгізудің екінші кезеңі — кәсіпорынды басқару мен қызметтерін талдау үшін қажет бюджет түрлерін анықтау. Бәріміз білетіндей, бюджеттің әр алуан түрлі түрі мен нысандары болуы мүмкін, олардың бухгалтерлік есеп беру нысандарынан айырмашылығы стандартталмағандығында және қабылдау үшін ыңғайлы кез келген түрде көрсетілуі мүмкін. Кәсіпорынның қаржылық құрылымын анықтағаннан кейін, кәсіпорынға бюджеттендіру жүйесін енгізудің келесі қадамына өтеміз — бюджеттік үлгіні әзірлеу. Бюджеттік үлгіге қойылатын негізгі талаптар:

- үлгінің тұтастығы (үш шоғырландырылған бюджеттердің болуы);
- үлгінің толықтығы (бюджеттердің құрамында кәсіпорынның қызметіне қатысты, барлық қаржылық-экономикалық көрсеткіштер болуы тиіс);
- қаржылық-экономикалық көрсеткіштердің өтпелі байланысы.

Кәсіпорында ары қарай бюджеттендіру барысы өзіне белгілі бір реттелген қадамдарды қосады. Бастапқыда саны мен құны жағынан сату көлемін болжау жүргізіледі. Алынған мәліметтер өнім түрлері, ҚЖО және жалпы кәсіпорын бойынша шоғырланады, нәтижесінде кәсіпорынның сату бюджеті қалыптасады. Сату бюджеті негізінде кәсіпорында қалыптасқан есеп айырысу тәртібін ескере отырып, ақша түсімінің кіріс бюджеті дайындалады. Бидайды өңдеу және сақтау кәсіпорындарында негізгі бюджеттерді қалыптастыру нұсқасы 2-суретте берілген.



2-сурет. Бидайды өңдеу және сақтау кәсіпорындарында негізгі бюджеттерді қалыптастыру нұсқасы

Келесі кезеңде сату бюджетінің негізінде өндіріс бюджеті дайындалады, ол шикізат пен материалдарға тікелей шығындар бюджетін құру үшін қор қызметін атқарады.

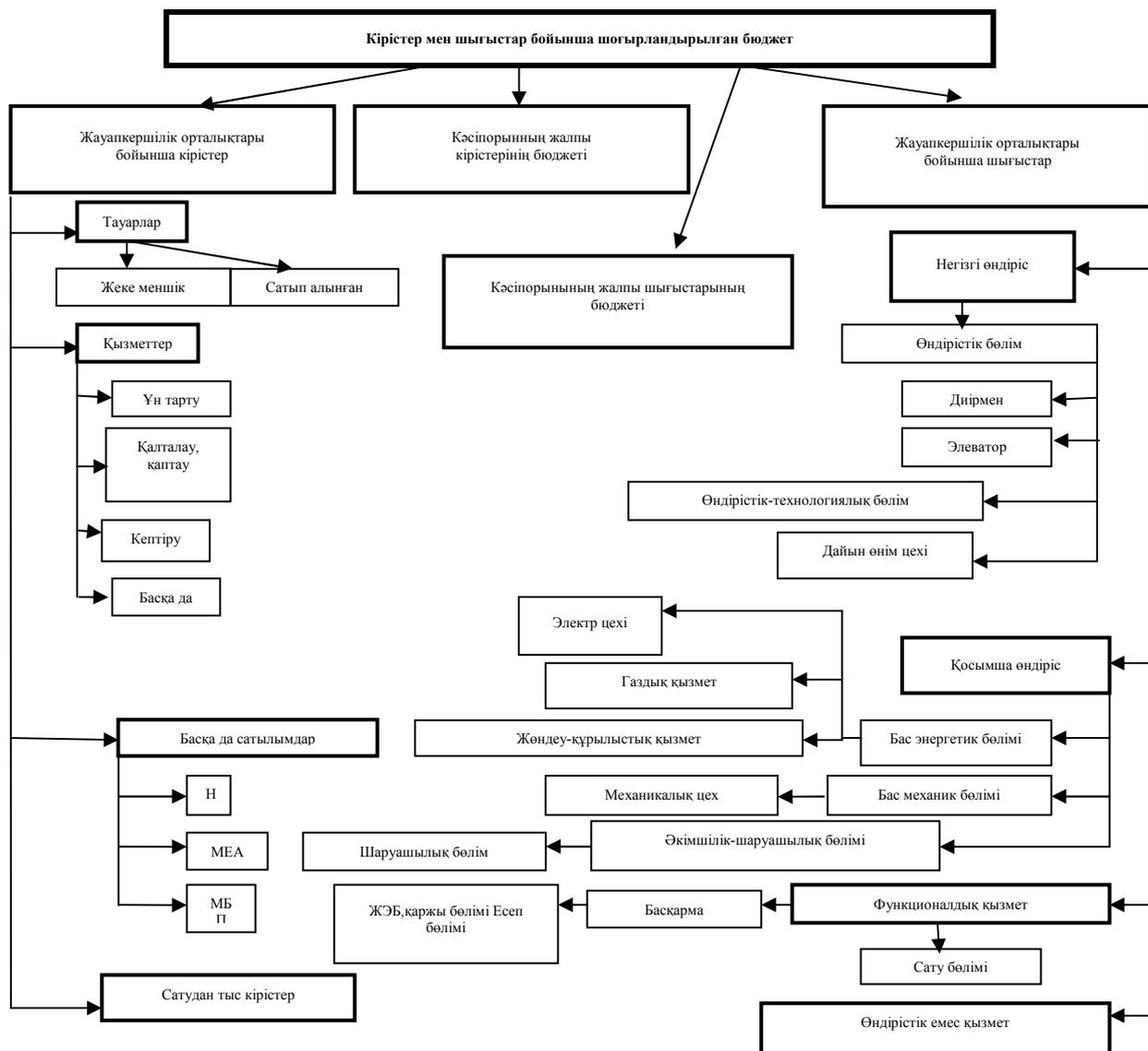
Содан кейін шикізат мен материалдарға тікелей шығындар бюджеті мен жеткізу келісім-шарттарының талаптары негізінде шикізаттар мен материалдарды сатып алу бюджеті топтастырылады, олар кәсіпорынның оқшауланған ҚЖО қатысты өнім топтары шегінде құрастырылады. Әрі қарай еңбек ақы бюджеті құрастырылады, оның негізінде қызметкерлерге қатысты кәсіпорын саясаты жатыр.

Кәсіпорында қоладылатын еңбек ақыны төлеу тәртібін ескере отырып, еңбек ақы бюджетінің негізінде еңбек ақыны төлеу бюджеті қалыптасады. Келесі кезеңде ҚЖО және шығындар түрлері шегінде жалпы өндірістік үстеме, әкімшілік-басқарушылық және коммерциялық шығындарды жоспарлау жүргізіледі. Мұнда түзету факторлары болып сату көлемі, жаңа жұмыс орындары, материалдар мен қызмет көрсетулерге болжанған баға деңгейлері табылады. Өндіріс бюджеті, материалдар мен жабдықтарға тікелей шығындар бюджеті, еңбек ақы бюджеті және жалпы өндірістік үстеме шығындар бюджеті негізінде өндіріске кеткен шығындар бюджеті қалыптастырылады. Негізгі өндірістік қызметті бюджеттендіру жалпы операциялық бюджетті дайындаумен аяқталады. Негізгі өндірістік қызметті бюджеттендірумен қатар, инвестициялық қызметті бюджеттендіру жүргізіледі, яғни күрделі қаржылық салымдар бюджеті, даму бюджеті, іске асыруға жоспарланып отырған заманауи жобалар бюджеттері дайындалады. Инвестициялық жобаларды қаржыландыруды қамтамасыз ету үшін, сондай-ақ кәсіпорынның қолданыстағы міндеттемелерін дер кезінде іске асыру үшін қаржылық қызметті бюджеттендіру іске асырылады, олар өз міндеттеріне қаржылық қызметтер бюджеттерін және несиелер мен заемдар бюджеттерін дайындауды да қосады. Қорытынды кезеңінде

шоғырландырылған жиынтық бюджеттік нысандарды қалыптастыру жүргізіледі, оларға келесілер кіреді: кірістер мен шығыстар бюджеті, ақша қаражаттары қозғалысының бюджеті, баланс бойынша бюджет, сонымен қатар өтімділік, төлемқабілеттілік және тиімділіктің жоспарлы көрсеткіштерін талдау. Бюджеттік үлгіні дайындаудан кейін бюджеттендіру бойынша жұмыс аяқталмайды, өйткені алынған ақпарат коэффициенттерді есептеу және басқарушылық талдау жүргізу үшін қайнар көзі болып табылады. Сонымен қатар келісулер, түзетулер, туындаған мәселелі сұрақтарды шешу кезеңі басталады. Осылайша, бюджеттендіру барысы екінші айналымға түседі, осының салдарынан сандық деректердің бір бөлігі орындауға міндетті болса, екіншісі — жақын арадағы жөнделген жоспарларға айналады. Операциялық бюджеттерді құрастырғаннан кейін әр қаржылық жауапкершілік орталығы бойынша кәсіпорында төмендегідей міндетті қаржылық бюджеттер құрастырылуы мүмкін:

- кірістер мен шығыстар бюджеті;
- ақшалай қаражаттар қозғалысының бюджеті;
- баланстық парақ бойынша бюджет.

Бидайды өңдеу және сақтау кәсіпорындарында кірістер мен шығыстар бойынша шоғырландырылған бюджеттің графикалық бейнелері 3-суретте көрсетілген.



3-сурет. Бидайды өңдеу және сақтау кәсіпорындарында кірістер мен шығыстар бойынша шоғырландырылған бюджет

Кәсіпорынның бұл қаржылық бюджеттерінің әр түрі коммерциялық кәсіпорынның қаржы-шаруашылық қызметін жоспарлау және талдау үшін қажет болып табылады.

Кәсіпорынға бюджеттеу жүйесін енгізу мен қолдану кезінде ең маңызды мезет «қарсы ағын» қағидасы бойынша осы жүйені іске асыру болып табылады. Бұл қағида кәсіпорынның топ-менеджментінің стратегиялық мақсаттарын орнатуды, қаржылық қызмет пен орташа бөлімнің менеджерлерінің бюджетті дайындауын, құрастырылған бюджеттерді бірге талқылау мен түзетуді болжайды. Яғни бюджеттеу кәсіпорында жеке бір адаммен енгізілмей, кәсіпорынның тиімді жұмыс істеуін арттыруға қызығушылық тудыратын, менеджерлердің тұтас тобымен ендірілуі қажет. Бюджеттік регламент деп бюджет барысын реттейтін рәсімдер шоғырын, нормативтік құжаттарды, құжат айналымдарын, бюджеттерді құрастыру мен осы барыстың қатысушылар құрамын уақыттық шектеулерді түсіндіреді. Бюджеттік регламенттің сапасының ең маңызды аспектілерінің бірі бұл онда осы регламентте орындау немесе орындамау жауапкершілігі туралы ереженің болуы болып табылады. Бюджеттік кезең ретінде кәсіпорынға барлық бюджеттерді ай сайынға бөлу, яғни бір күнтізбелік айға жоспарлау қадамдары арқылы, күнтізбелік жыл құру қажет.

Қаржылық жауапкершілік орталықтарының бюджеттері алдағы бюджеттік кезеңге, мысалы, ағымдағы жылдың қараша айының отызыншы жұлдызына дейін құрастырылып, қаржылық бөлімге тапсырыла алады. Қаржылық бөлім 1-ші желтоқсанға дейін ҚЖО-ның бюджеттеріне өңдеу және талдау жүргізе алады, сонымен қатар кәсіпорынның жинақтау бюджеттерін құрастыру. Одан басқа, мысалы, 15-ші желтоқсанда кәсіпорында бюджеттік комитет өтуі мүмкін, онда қаржылық жауапкершілік орталықтары мен кәсіпорынның жиынтық бюджеттері қарастырылып, түзетіле алады. 15-інші желтоқсаннан 20-шы желтоқсанға дейін барлық ұсыныстар, түзетулер мен ескертпелер кәсіпорынның бюджетіне қаржылық бөлімнің қызметкерлерімен енгізіле алады, ал мысалы, 20-шы желтоқсанда кәсіпорын директоры жиынтық жылдық есепті бекіте алады.

Қаржылық жауапкершілік орталықтары бюджеттің орындалуы туралы есеп берулерін ай сайын құрастыра алады, мысалы, есеп беруден кейін келетін, айдың 5-ші жұлдызына дейінгі мерзімде, және келесі айдың бюджеттеріне түзетулер енгізу туралы ұсыныстар мен түсініктеме хаттармен бірге қаржылық бөлімге жібере алады.

Қаржылық бөлім нақты бір мезгілде, мысалы, келесі айдың 10-шы жұлдызына дейін, ұсынылған есептерді талдап және өңдеп, ағымдағы айдың бюджетіне өзгерістер енгізу туралы ұсыныстармен және қорытындымен бірге бюджеттің орындалуы туралы жиынтық есеп құрастырып, оны кәсіпорын директорына бере алады. Директор өз кезегінде ағымдағы айдың 11-ші жұлдызына дейін бюджетке енгізілген өзгертулерді бекіте немесе кері қайтара алады. Кәсіпорында бюджеттеу жүйесін енгізудің тағы бір өте маңызды бөлігі бюджеттік барысты автоматтандыруға мүмкіндік беретін, бағдарламалық кешенді дұрыс таңдау болып табылады. Бюджеттеу барысын автоматтандыру қажет, өйткені бюджеттерді жоспарлау кезеңінде техникалық жұмыстарды жеңілдетуге және олардың орындалуы туралы нақты ақпараттарды жинауға мүмкіндік береді, сонымен қатар қызметтің жоспарлы және нақты нәтижелерін салыстыру кезінде қолдануға болады. Сірә, бюджеттендіруге автоматтандыруды қоюды бағдарламалық өнімді таңдаудан бастау қажет, ал содан кейін ғана барып айтылмаш кәсіпорынға оны орнатуға болады. Осындай тапсырманы орындай алатын, заманауи бағдарламалық қамтамасыз ету құралдарының бірі ретінде келесідей кешені табылады: «1С: Өндірістік кәсіпорынды басқару 8» ішкі жүйесі «Бюджеттендіру».

Бюджеттендіру ішкі жүйесін енгізу кезінде кәсіпорында келесідей қиыншылықтар туындалуы мүмкін:

- 1) қаржылық жауапкершілік орталықтары деңгейінде бюджеттендіру: талдаудың күрделілігі, мамандарды дайындаудың сапасы;
- 2) сценарлық көзқарас, үлгілік тәсілдерін қолдану;
- 3) көрсеткіштер қатары бойынша талдау тереңдігінің деңгейі: қажеттілігі мен жеткіліктілігі;
- 4) қарсы жоспарлау: «жоғары» деңгейдегі мақсаттық ұстанымдардан «төменгі» деңгейдегі бюджет көрсеткіштеріне дейін;
- 5) менеджерлердің алғашқы ақпаратты беру сапасы, ақпаратты енгізуді оңтайландыру сұрақтары;
- 6) пішімдерді елестету, пайдаланушылардың жұмыстарын ыңғайластыру.

Бюджетті қолдану кәсіпорын үшін келесідей артықшылықтарды тудырады:

1. Жоспарлау, стратегиялық болсын, тактикалық болсын өндірістік жағдайды бақылауға көмектеседі. Басқарушы жоспарсыз, ереже бойынша, жағдайды бақылаудың орнына, оған тек әрекет ете алады. Бюджет, жоспардың құрамдас бөлігі бола тұрып, кәсіпорынның нақты және мақсатты қызметіне ықпал етеді.

2. Бюджет, басқарушылық бақылаудың ажырамас бөлігі ретінде, жалпы кәсіпорын мен оның бөлімшелері қызметтерінің нәтижелерін әділетті бағалау негізін қамтамасыз ете алады. Бюджет болмаса, ағымдағы кезең көрсеткіштерін өткендерімен салыстыру кезінде қате қорытындылар жасауға әкелуі мүмкін, әсіресе өткен кезең көрсеткіштері жұмыстың төмен өнімділік нәтижелерін қосуы мүмкін. Осы көрсеткіштерді жоғарылату, кәсіпорынның жақсырақ жұмыс істей бастағанын, бірақ өз мүмкіндіктерін сарқа пайдаланбағанын білдіреді. Алдыңғы кезеңдер көрсеткіштерін пайдалану кезінде, өткен кезеңдерде болмаған, пайда болған мүмкіндіктер ескерілмейді.

3. Ұйымның түрлі бөлімдерінің жұмысын үйлестіру құралы ретінде бюджет жеке бөлімдер басқарушыларын өз қызметін жалпы кәсіпорынның қызығушылығын ескере отырып жасауға түрткі болады.

4. Бюджет — жауапкершілік орталықтары мен оның басшыларының жоспарларының орындалуын бағалау үшін негіз: менеджерлердің жұмыстары бюджеттің орындалуы туралы есеп беру бойынша бағаланады; нақты қол жеткен нәтижелерді бюджеттің мәліметтерімен салыстыру ары қарай дамудың бағыттарын көрсетеді.

Осылайша, бюджеттендіру барысының соңғы нәтижесі үш негізгі бюджетті дайындау болып табылады: пайда және шығындар бюджеті, ақша қаражаттарының қозғалысының бюджеті және баланстық парақ бойынша бюджет. Олар егежей-тегежейлі тәптіштеудің жоғары немесе төмен деңгейінде жасалған болуы мүмкін, бірақ олардың біреуінің болмауы кәсіпорында қаржылық жоспарлаудың кешенділігін бұзады.

Бюджеттендіру бойынша жұмыстарды жүргізу болжауға мүмкіндік береді, тарихи аспектіде көрсеткіштерді салыстыруға мүмкіндік тудырады, ақпараттың айқын арналарын иеленеді, талдамалы бюджеттерді орындауға ұжымды жұмылдырады.

Біздің көзқарасымыз бойынша, бюджеттен тиімділік, ол нақты жұмыс құжаты ретінде қолданылатын жерде болады, ал оны қаржылық жоспарлау жүйесі дамуының қазіргі сатысында сән есебінде пайдаланса, ол тиімсіз.

#### Әдебиеттер тізімі

- 1 *Ивашкевич В.Б.* Бухгалтерский управленческий учет: Учебник. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Юристъ, 2003. — 574 с.
- 2 *Нурмагамбетова С.* Теоретические аспекты процессов бюджетирования // АльПари. — 2013. — № 1, 2. — С. 58–63.
- 3 *Сокольникова И.В.* Управленческий учет. Бюджетирование. Контроллинг: Учеб. пособие / И.В.Сокольникова. — М.: ВАВТ, 2010. — 205 с.
- 4 *Сущность и значение бюджетов в производственном учете // Қаржы-қаражат — Финансы Казахстана. — 2005. — № 6. — С. 82–87.*
- 5 *Бюджетирование: как попасть в цель? // Анализ и учет на предприятии. — 2012. — №3. — С. 2–8.*
- 6 *Бюджетирование: где «спотыкаются» ваши финансы // Компьютерные программы и базы. — 2008. — № 10. — С. 2–11.*
- 7 *Вахрушина М.А.* Управленческий анализ: вопросы теории, практика проведения: Монография / М.А.Вахрушина, Л.Б.Самарина. — М.: Инфра-М, 2010. — 144 с.
- 8 *Садиева А.С.* Управленческий учет: теория и практика: Учебник / Садиева А.С. — Астана: Данекер, 2005. — С. 313.
- 9 *Нургазина Ж.К.* Управленческий учет: Учеб. пособие. — Астана: КАТУ, 2013 — 362 с.
- 10 *Colin Drury.* Management and cost accounting: value media edition. — 2008. — 775 p.
- 11 *Аулетова А.Х.* Бюджетирование — инструмент планирования и прогнозирования для первых руководителей компании // АльПари. — 2012. — № 3. — С. 63–67.
- 12 *Базарбаев Н.К.* Процесс бюджетирования в нефтегазовой компании // АльПари. — 2012. — № 3. — С. 67–73.

А.Т.Кабиева

### **Внедрение эффективной системы бюджетирования на предприятиях по хранению и переработке зерна**

В статье рассмотрена экономическая сущность бюджетирования в системе управленческого учета. Определена его роль в финансово-хозяйственной деятельности предприятия, выявлены проблемы бюджетирования на предприятиях по хранению и переработке зерна и обоснованы основные направления внедрения системы бюджетирования на этих предприятиях. Система бюджетирования является одним из главных факторов качества управления компанией и принимаемых решений. Главная цель внедрения системы бюджетирования — повышение финансово-экономической эффективности и финансовой устойчивости предприятия.

A.T.Kabiyeva

## **Establish an effective system of budgeting at the enterprises of grain storage and processing**

The article considers the economic essence of budgeting in management accounting system. Defined its role in the financial and economic activity of the enterprise, identify problems of budgeting in enterprises for storage and processing of grain and grounded the main directions of the implementation of the budgeting system in these enterprises. Budgeting system is one of the main factors of quality management of the company and make decisions. The main objective of the implementation of the budgeting system — improving financial and economic efficiency and financial sustainability of the enterprise.

### References

- 1 Ivashkevich V.B. *Management accounting: Textbook*, izd. 2, revised and expanded, Moscow: Yurist, 2003, 574 p.
- 2 Nurmagambetova S. *Al' Pary*, 2013, 1, 2, p. 58–63.
- 3 Sokolnikova I.V. *Kontrolling: manual* / I.V.Sokolnikova, Moscow: BABT, 2010., 205 p.
- 4 *Karzhy-karazhat — Finans' of Kazakhstan*, 2005, 6, p. 82–87.
- 5 *Analysis and accounting at the enterprise*, 2012, 6, p. 2–8.
- 6 *Computer software and databases*, 2008, 6, p. 2–11.
- 7 Vahrushina M.A. *Management accounting: theory and practice carrying out: monograf* / M.A.Vahrushina, L.B.Samarina, Moscow: Infra-M, 2010, 144 p.
- 8 Sadieva A.S. *Management accounting: theory and practice*, textbook / A.S.Sadieva, Astana: Daneker, 2005, p. 313.
- 9 Nurgazina Zh.K. *Management accounting: Tutorial*, Astana: KATU, 2013, 362 p.
- 10 Colin Drury. *Management and cost accounting*, Value media edition, 2008, 775 p.
- 11 Auletova A.H. *Al' Pary*, 2012, 3, p. 63–67.
- 12 Bazarbaev N.K. *Al' Pary*, 2012, 3, p. 67–73.

### Крупный специалист в области современного менеджмента

*К 60-летию* доцента кафедры  
*«Менеджмент» кандидата*  
*экономических наук*  
**РОМАНЬКО** Екатерины Болеславовны

Екатерина Болеславовна родилась 16 июня 1955 г. Вся её жизнь связана с городом Карагандой. Она начала свою трудовую деятельность с 18 лет в качестве старшего продавца в Центральном универсальном магазине.

В 1970–1973 гг. обучалась в Карагандинском торгово-кулинарном техникуме по специальности «Товароведение и организация торговли промышленными товарами».

В 1974 г. Екатерина Болеславовна поступает в Заочный институт советской торговли в городе Москве (на специальность «Товароведение»). Успешно завершив учебу в институте, в 1979 г., возвращается в Караганду и до 1994 г. работает товароведом в Центральном универсальном магазине.

В 1994–1999 гг. работала преподавателем в Карагандинском коммерческом колледже, а в 1999–2002 гг. — старшим преподавателем в Казахском финансово-экономическом университете.

С сентября 2002 г. Екатерина Болеславовна Романько работает на кафедре «Менеджмент» экономического факультета Карагандинского государственного университета им. академика Е.А.Букетова.

В 2007 г. Е.Б.Романько успешно защитила диссертацию на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 — «Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности)» на тему «Факторы и резервы роста эффективности промышленного производства в рыночных условиях (на материалах Карагандинской области)» в Международном казахско-турецком университете им. Х.А.Ясави в г. Туркестане Южно-Казахстанской области.

Она автор более 80 научных трудов. Ею подготовлены 5 методических указаний для проведения семинарских занятий и СРСП по дисциплинам: «Административный менеджмент», «Рекламный менеджмент», «Организационное поведение», «Социально-экономическое планирование».

За свою трудовую деятельность Екатерина Болеславовна имеет множество благодарностей и поощрений. За плодотворную учебно-педагогическую деятельность она стала дипломантом премии имени профессора К.К.Каракесова.

У Екатерины Болеславовны дружная семья. Вместе с супругом Александром Никитовичем она воспитала прекрасную дочь Людмилу, имеет двух внуков. Сама Екатерина Болеславовна считает своим большим достижением подготовку высококвалифицированных выпускников, которые, где бы ни встретили своего наставника, всегда почтительно и с уважением относятся к ней.

Е.Б.Романько за много лет плодотворной работы заслужила уважение своих коллег, пользуется огромным авторитетом среди студентов, магистрантов и преподавателей факультета.

Желаем Екатерине Болеславовне дальнейших творческих успехов, благодарных студентов и магистрантов, крепкого здоровья, семейного благополучия, огромного человеческого счастья!

Р.С.Каренов,  
*заведующий кафедрой «Менеджмент»  
КарГУ им Е.А.Букетова д.э.н.,  
профессор, академик МАИИ,  
Почетный работник образования  
Республики Казахстан*

Т.Б.Казбеков,  
*доцент кафедры «Менеджмент»  
кандидат экономических наук*

---

## АВТОРЛАР ТУРАЛЫ МӘЛІМЕТТЕР СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

- Akbayev, Ye.T.** — Candidate of economic sciences, Associate professor of Finance department of economic faculty, Ye.A.Buketov Karaganda State University.
- Akhmetzhanov, B.A.** — Head of the department of Economics of Organization and Enterprises, Karaganda State Technical University.
- Artukhevich, T.S.** — Undergraduate of the department «Finance», Ye.A.Buketov Karaganda State University.
- Ayaganova, M.P.** — Master of economic sciences, Senior teacher of the Marketing department, Ye.A.Buketov Karaganda State University.
- Baimbetova, A.B.** — Candidate of economic sciences, Associate professor of the chair «Tourism», L.N.Gumilyov Eurasian National University, Astana.
- Baimukhamedova, G.S.** — Candidate of economical sciences, Senior lecturer of economy and management chair, Z.Aldamzhar Kostanai Social-technical University.
- Bartosh, A.A.** — Candidate of military sciences, Professor, Director of the information centre for international security affairs at the Moscow State Linguistic University, Corresponding member of the academy of military science of Russian Federation.
- Batyrova, N.T.** — PhD, Assistant professor of «Management and Tourism», Kh.A.Yasawi International Kazakh-Turkish University, Turkestan.
- Beano, Ya.** — PhD «Finance», Professor, Université Lille1 Sciences et Technologies, Faculté des Sciences Economiques et Sociales scientifique, France.
- Bulavin A.V.** — Economist, Graduate school of the Kyrgyz-Russian Slavic University sales manager of «SALGAR» company, Bishkek, Kyrgyzstan.
- Duysembayev, A.A.** — Candidate of economic sciences, Associate professor of the chair «Management», L.N.Gumilyov Eurasian National University, Astana.
- Hasenova, K.K.** — Candidate of economic sciences, Associate professor of the chair «Management», L.N.Gumilyov Eurasian National University, Astana.
- Imanbekova, A.M.** — Master, Senior teacher of «Management» chair, Ye.A.Buketov Karaganda State University.
- Kabiyeva, A.T.** — PhD, T.Ryskulov Kazakh Economic University, Almaty.
- Karenov, R.S.** — Doctor of economic sciences, Professor, Managing chair of «Management», Ye.A.Buketov Karaganda State University.
- Karenova, G.S.** — Doctor of economic sciences, Professor of chair «Accounting and audit», Karaganda Economic University.
- Karibayev, Ye.S.** — Candidate of economic sciences, Associate professor of Finance department of economic faculty, Ye.A.Buketov Karaganda State University.
- Kazbekov, T.B.** — Candidate of economic sciences, Senior lecturer of chair «Management», Ye.A.Buketov Karaganda State University.
- Khishausheva, Zh.T.** — Associate Professor of Department of Economics of Organization and Enterprises, Karaganda State Technical University.

- Khokhlova, T.P.** — Candidate of economic science, Professor, Senior lecturer, Head of the subdepartment of management and world economy, G.V.Plekhanov Russian Economic University, Krasnodar, Russia.
- Komekbaeva, L.S.** — Candidate economic sciences, Associate professor, Head of the department «Finance», Ye.A.Buketov Karaganda State University.
- Kopzhasarova, G.A.** — PhD student, Karaganda Economic University.
- Lisova, N.A.** — Candidate of economic sciences, Associate professor of Finance department of economic faculty, Ye.A.Buketov Karaganda State University.
- Mamrayeva, D.G.** — Candidate of economic sciences, Associate professor of the marketing department, Ye.A.Buketov Karaganda State University.
- Mauna, G.** — PhD, Head of the Department «ECD», University «Astana».
- Myrzaliev, B.S.** — Doctor of economic sciences, Professor, Head of the Department «Economics», Kh.A.Yasawi International Kazakh-Turkish University, Turkestan.
- Romanko, E.** — Candidate of economic sciences, Associate professor of the Management department, Ye.A.Buketov Karaganda State University.
- Sharova, E.A.** — Candidate of economic sciences, Senior researcher, Center for economic research of the Russian Institute of strategic studies, Moscow, Russia.
- Shayekina, Zh.M.** — Doctor of economic sciences, Professor of the marketing department, Ye.A.Buketov Karaganda State University.
- Stybaeva, A.Z.** — Master of economic sciences, Senior teacher of the Management department, Ye.A.Buketov Karaganda State University.
- Taizhanov, L.T.** — Doctoral candidate of economic sciences, Kh.A.Yasawi International Kazakh-Turkish University, Turkestan.
- Tashenova, L.V.** — Master of economic sciences, Senior teacher of the marketing department, Ye.A.Buketov Karaganda State University.
- Tazhibekova, K.B.** — Associate professor of department of Economics of Organization and Enterprises, Karaganda State Technical University.
- Tenk, A.** — PhD student of Enyedi Gyorgy Doctoral School of Regional Sciences, Szent Istvan University, Godollo, Hungary.
- Tleuberdinova, A.T.** — Doctor of economic sciences, Professor, Head of marketing department, Ye.A.Buketov Karaganda State University.
- Ussenova, D.M.** — Master of economic sciences, Senior teacher of marketing department, Ye.A.Buketov Karaganda State University.
- Uvaisova, Sh.S.** — Candidate of economic sciences. Senior teacher, Kh.A.Yasawi International Kazakh-Turkish University, Turkestan.
- Zhansagimova, A.** — PhD Tourism, Senior lecturer in «Tourism», University «Astana».