

2010-3

подписной индекс 75620

ISSN 1562 5397

Альпари

экономический журнал

Как оценивается образование (стр. 3)

Расцвет растениеводства (стр. 74)

Пенсионная эволюция (стр. 45)

**Загрязнение воздушного бассейна
и рынок медицинских услуг** (стр. 161, 164)

Инновационная индустриализация (стр. 183, 186)

«Никакой рыночной экономики не существует. То есть на уровне магазина или автосалона она, возможно, и есть, а вот на уровне стран и континентов ее нет и никогда не было. Идет жесточайшая борьба между странами за контроль над природными ресурсами» (стр. 6)

Главный редактор –
Аскар Избасаров

Редактор –
Иль Калимуллин
Международная редакция
Алия Кантарбаева
(Вашингтон)
Гульнура Джумабаева
(Бишкек)

Научные рецензенты:

Нурсеит А.Ш.
Алинов М.Ш.
Алимбаев А.
Амренов М.
Ашимбаева А.
Берентаев К.
Дебердеев А.
Давильбекова Ж.
Елемесов Р.
Ельцова О.
Есентугелов А.
Избасар М.
Касенова А.
Килибаева У.
Куатбаева Г.
Марков В.
Мухамедиев Б.
Мякенькая Г.
Сатубалдин С.
Слащев В.
Соколова Н.
Токберген А.
Тулегенова М.
Тлеппаев А.
Чан Н.
Шамиль Т.

ЭКОНОМИКА И ПОЛИТИКА

| | |
|--|----|
| Айткали Нурсеит К. Вопрос оценки качества образования | 3 |
| Лимарь К.В. Управление организацией на современном этапе развития экономики: постановка проблемы | 6 |
| Слащев В.С., Лохман Б.О. Энергетическая автономизация – сердце искусственной (среды) системы обитания | 9 |
| Сулейменова Г.Н. Наличие инновационного момента как важнейшая составляющая развития предпринимательства | 15 |
| Асылбекова Б. Конкурентоспособность казахстанских компаний в условиях глобального экономического кризиса. | 18 |
| Меднева Г.А. Проблемы получения топлив из альтернативных источников. | 25 |
| Кононенко Е.В. Сделки по объединению бизнеса: актуальность исследования. характерные черты казахстанской экономики | 28 |
| Щемелишин А. Институциональный инструмент для развития инвестиционной деятельности МСБ в РК | 30 |
| Шалабаев М.Б. Халықаралық ауылшаруашылық нарығының қазіргі кездегі даму тенденциясы | 33 |
| Уайсұлы Н. Меморгандар қызметінің тиімділігін бағалау | 37 |
| Гриднева Е.Е., Падалко И.Е. Развитие предпринимательства в условиях экономической интеграции | 39 |
| Игильманова С.И. Жаһандау жағдайында импортты ауыстыру экономикалық қауіпсіздікті қамтамасыз етудің маңызды факторы ретінде | 42 |
| Демидова Н.В. Становление пенсионного обеспечения в Казахстане в 1997-2010 годы: эволюция управления, достижения и недостатки | 45 |

АГРАРНЫЙ СЕКТОР

| | |
|--|----|
| Нисталина Г.К. Продовольственный рынок: управление и развитие | 54 |
| Алинов М.Ш. Проблемы производительности труда АПК Казахстана | 57 |
| Жапбарханова М.С. Тенденции развития аграрного сектора в Казахстане | 59 |
| Есжанов А.Г. Современные научные представления об устойчивости аграрной сферы | 61 |
| Садуақасова К.Ж. Формы, условия и механизмы агропромышленной интеграции обслуживающих предприятий с потребителями услуг | 65 |
| Сим Д.К. Факторы формирования спроса на рабочую силу в сельской местности | 67 |
| Дабылтаева Н.Е. Стратегия маркетинга предприятий АПК | 69 |

ра-
ости
опыт
гран),
юмики
новой
дифика-
в целях
юмики в
одимыми
очими ка-
развитие
рациональной
значение
регулиру-
включа-
материаль-
ративных,
родатель-
под влия-
экономической
специфи-
механа-
а труда.
теория
«о» рын-
ка тру-
а труда.
х АПК
иально
иенти-
разви-
вание
дерни-
ивный
оста-
ьема
а, но
лишь
чных
вных
ико-
Эти
ноч-
рав-
ния
ют-
ко-
его
ая
ть
со-
ми
и
к-
их

занятости на селе, необходи-
мыми условиями являются:
- появление ориентированного
на рынок, защищенного госу-
дарством и социально ответ-
ственного собственника про-
изводственных и финансовых
ресурсов, поощрение его пред-
принимательской активности
при условии эффективного хо-
зяйствования;
- накопление собственных
средств и привлечение средств
на капитальные вложения;
- приемлемые для производителя
условия кредитования;
- повышение платежеспособного
спроса;
- стабилизация денежного хозяй-
ства и финансовой системы;
- создание макроэкономических
пропорций, благоприятствую-
щих расширенному воспроиз-
водству товаров, капитала, ра-
бочей силы;
- обеспечение условий для мате-
риальной заинтересованности
работников, удовлетворения их
потребностей через создание
необходимой инфра структуры;
- соответствие профессионально-
го уровня и профессионально-
квалификационной структуры
работников требованиям модер-
низируемого производства;
- гибкая внешнеэкономическая
политика, позволяющая уча-
ствовать в международном раз-
делении труда.
В условиях рыночной экономики
государство не гарантирует полную
занятость (как это было при социа-
лизме), а предоставляет каждому
трудоспособному человеку возмож-
ность при его желании быть занятым
или незанятым. Задача государства
в области распределения рабочей

силы не обеспечение каждого же-
лающего работой, так как это уве-
личивает инфляцию, а достижение
равновесного значения между спро-
сом и предложением на рабочую
силу при удержании безработицы на
естественном уровне.

Проблема уровня занятости тру-
доспособного населения в сельской
местности и уровня безработицы
возникает и существует в неразрыв-
ной связи со спросом на рабочую
силу, поступающую на рынок труда.
Для этого, на наш взгляд необходи-
мо разработать модель спроса на
рабочую силу, в которой основными
индикаторами должны выступать:

- оптимизация численности ра-
ботников и повышение произво-
дительности труда за счет мо-
дернизации производства;
- рациональное использование
работников должно быть при-
знано приоритетным направле-
нием по сравнению с сохране-
нием существующих рабочих
мест, поскольку экономически
обоснованный уровень занято-
сти населения зависит от дина-
мики и уровня экономической
эффективности сельскохозяй-
ственного производства;
- на каждом предприятии раз-
работана программа работы
с персоналом, включающая в
себя обоснование потребности
в кадрах в свете экономической
стратегии развития предпри-
ятия, направления количествен-
ного и качественного развития
кадрового состава, перечень
требуемых действий по повы-
шению квалификации, опреде-
ление затрат на эти нужды и
источников их покрытия, ожида-
емые результаты и способы их
оценки.

Түйін
Жұмыспен қамту сипаты, еңбе
жеделділігі, еңбек нарығының жағ
пы ерекшеліктері экономиканы
дамуымен тікелей байланысты
олар әлеуметтік-экономикалы
үрдістердің салдары ғана емес, сс
нымен қатар қоғамның келешек
те еңбек әлеуетін дамыту факто
ры болып табылады. Қазақста
- аграрлық сферадағы нарықты
реформалардың салдарынан
өндіріс көлемі күрт құлдырауы
жұмыссыздық өскен, халықтың
өмір сүру деңгейі төмендеген кеңес
дәуірінен кейінгі кеңістіктегі жалғы
ғана ел емес.

Resume
The character of employment, la-
bor mobility, labor market common fe-
atures are connected directly with ec-
onomy development as they are not
only the consequence of social and
economic processes, but also the fac-
tor of development of labor potential
of a society in the future. Kazakhstan
is not the only country on the post-So-
viet territory where market reforms in
agrarian sphere have caused sharp
falling of output volumes, growth of
unemployment and unprecedented
decrease in a standard of life of the
population.

Литература
1. Эренберг Дж., Смит С. Совре-
менная экономика труда: теория и
государственная политика. М.: Из-
дательство МГУ, 2006.- с. 32.
2. Рынок труда в странах содру-
жества, «Общество и экономика» №
8, Август 2008, с. 168-175
3. «Экономически активное на-
селение Казахстана» Статистиче-
ский сборник /2010-368 с. под ред.
А. Смаилова.

СТРАТЕГИЯ МАРКЕТИНГА ПРЕДПРИЯТИЙ АПК

Дабылтаева Н.Е., к.э.н.,
Казахский национальный
аграрный университет

В связи с тем, что казахстан-
ские предприятия агропромышлен-
ного комплекса имеют достаточно
устойчивое положение на местных
региональных рынках, где они поль-
зуются признанием со стороны по-
купателей в отношении качества
продукции, стратегию их поведения

целесообразно определить как за-
воевание дополнительных рынков
за счет освоения новых видов про-
дукции и ценовое лидерство.
В соответствии с данной страте-
гической целью необходимо решить
ряд тактических задач, перечислен-
ных в таблице 1.

Для реализации стратегических
и тактических задач необходима ди-
версификация деятельности пред-
приятий АПК и их ориентация на
новые рынки Казахстана, стран СНГ,
а в будущем – дальнего зарубежья.
Кроме того, вследствие повышения
уровня жизни населения республики.

| Стратегическое поведение | Маркетинговые стратегии | Тактические задачи |
|---|---|--|
| Наступательная позиция, последовательность в действиях. | 1. Завоевание дополнительных рынков за счет продвижения уже производимой продукции. 2. Обеспечение ценового лидерства. | 1. Освоение технологий производства новых видов продукции – расширение ассортимента продукции. 2. Поддержание в работоспособном состоянии оборудования, установка новых линий. 3. Осуществление инноваций в производственных процессах и ассортиментной политике. 4. Обеспечение устойчивой платежеспособности предприятий. 5. Создание эффективных низкочастотных производств за счет экономии на масштабах и эффекта накопления опыта, благодаря чему возможна продажа продукции аграрного сектора по более низким ценам, чем импортные. |

Примечание: Составлено автором

у предприятий АПК имеется потенциал увеличения объемов продаж сельскохозяйственной продукции на местных рынках, поскольку проводимые в Казахстане маркетинговые исследования подтверждают, что покупатели, как правило, отдают предпочтение продукции отечественных производителей.

Достижение *первой стратегической цели* – завоевание дополнительных рынков за счет расширения в результате проведения широкой коммуникационной кампании продажи той продукции, которая производится предприятиями и успешно продается в регионах в течение многих лет. Новые виды продукции могут производиться из традиционных видов сырья, а также с использованием новых видов сырья и добавок, в том числе импортных.

Достижение *второй стратегической цели* – обеспечение ценового лидерства в отрасли в целом или на региональном рынке возможно в результате установления более низких, чем у конкурентов, цен при том же уровне прибыли. Этого можно добиться в результате эффективного использования следующих **стартовых условий**:

- а) наличия оборудования, позволяющего производить качественную продукцию;
- б) обеспеченности производственной инфраструктурой (система снабжения электроэнергией, наличие водопроводов, канализации);
- в) трудового и кадрового потенциала сложившегося коллектива работников, имеющего высокую

мотивационную установку роста объемов производства и завоевания новых субъектов рынка.

В результате использования этих предпосылок предприятия АПК смогут сохранить издержки производства и обращения на предельно низком уровне и создать эффективное низкочастотное производство в достаточном объеме. Это позволит обеспечить поэтапное решение тактических задач и достижение, в конечном счете, стратегической цели предприятия – усиление долгосрочных конкурентных позиций.

На ближайшую перспективу (1,5-3 года) аграрным предприятиям целесообразно реализовать **стратегию внутреннего роста компании**, завоевания дополнительных рынков за счет освоения новых видов продукции. Выбор подобной стратегии диктуется следующими **обстоятельствами**:

- а) свободным доступом к источникам сырья;
- б) наличие необходимых производственных мощностей;
- в) отлаженной системой закупок за рубежом таких видов сырья и материалов, как этикетки и упаковочные материалы, ароматизаторы и красители;
- г) использованием высококачественного местного сырья;
- д) соответствием производимой продукции международным стандартам качества.

После реализации стратегии **внутреннего роста** необходимо перейти к **стратегии завоевания**. Для этого необходимо обеспечить эксплуатацию новые технологии

линии по производству продуктов питания. Соответственно потребуются изменить ценовую стратегию предприятий АПК. При выпуске новой продукции с улучшенным качеством целесообразно применять стратегию «снятия сливок». После освоения новых изделий, следует постепенно, ступенчато снижать цены, для чего необходимо снижение уровня издержек производства и обращения.

Гибкая политика цен позволяет решить две проблемы:

- а) снизив цены, предприятия получают возможность увеличить объем продаж;
- б) снижение цен приводит к снижению активности конкурентов и повышению конкурентоспособности предприятия.

Целесообразно также осуществлять комплексное обслуживание клиентов предприятия, применять систему скидок и других льгот.

Важным аспектом стратегии лидерства является соединение усилий по выделению своей продукции в качестве особенной с обеспечением узнаваемости товаров на рынке. Исключительность продукции обеспечивается специально разработанной для нее торговой маркой, либо красочной упаковкой, этикеткой и оригинальным названием.

Для предприятий перерабатывающей промышленности существуют следующие приоритеты при выборе средств и методов укрепления конкурентоспособности (по двум параметрам – предприятию и продукту):

- а) обновление технической базы производства;