

ауыл шаруашылығы әр түрлі салаларға «бөліне дамиды», өзінің ұйымдық-экономикалық құрылымын сақтай отырып, сол салалардан өзіне серпіліс алады [3].

Ауыл шаруашылығы құрылымдарының күнделікті қызметінде бәсекелестік қабілетінің индикаторы өте үлкен маңызға ие. Ол экономикалық немесе қаржылық мөлшердің дамуының сандық көрсеткіші, жалпы экономикалық саясат жүргізуде және бәсеке саласында оның нәтижесін бағалауда ерекше маңызы бар, сондай-ақ бәсекенің даму үрдісін көрсетеді.

Өндірістің бәсекеге қабілеттілігі көбінесе бағалық көрсеткішпен анықталады, яғни шеттен әкелу бағасының (баж салығын қоса) ішкі бағасына қатынасы арқылы. Мұнда отандық өнімнің бәсекеге қабілеттік индексіне белгілі бір аймақта мамандандырылған өндірістің орналасуы және оның шоғырлануы тікелей әсер ететінін есте сақтау керек. Мұнда ауыл шаруашылығы шикізаттарын өндіруде, сатуда және қайта өңдеуде қаражат үнемдейді.

Осы қажеттілікті оңтайлы үйлестіру белгілі бір дәрежеде жекеленген ауыл шаруашылығы өнімдері түрлерінің ұлттық нарықтағы бәсекеге қабілеттілігін арттырады.

1.М. Портер Конкуренция. – М.: Вильямс, 2000.–495 с.

2.Дусаева Е.М. Управление конкурентоспособностью аграрной продукции// Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2007.-№7. – с. 7-8

3.Нурманов А.А. Конкурентоспособность сельскохозяйственной продукции и продовольствия в Казахстане (опыт и проблемы) ЖенПИ. «Вестник». 2006.- № 4. - С. 18-19

В статье рассматриваются проблемы повышения конкурентоспособности агропромышленных предприятий и устойчивого развития производства.

In article look at problems of have a turn of concreteness agricultural companies and development of organizations.

ӘӘЖ 630.6:65

ОРМАН ШАРУАШЫЛЫҒЫ ӨНДІРІСІН ОҢТАЙЛЫ БАСҚАРУ ФОРМАЛАРЫ МЕН ӘДІСТЕРІН ӘЗІРЛЕУДІҢ ЖҮЙЕЛІК ТӘСІЛІ

Абаева Қ.Т.

Қазақ ұлттық аграрлық университеті

Кез келген ұйымдастырушылық-өндірістік құрылымды зерттеудің және оны басқарудың неғұрлым жалпы тәсілін жүйелік талдау және жүйелік басқару әдістері береді.

Жүйелік тәсіл орман шаруашылығы мекемелерінің, олардың жұмыс істеп жатқан ортасының жағдайы туралы ақпаратты талдауда, орман шаруашылығы мекемелері қызметінің моделін құруда, модельдеуде және модельдеу нәтижелерінің негізінде басқарушылық шешімдер әзірлеуде, сондай-ақ орман шаруашылығы мекемелерінің қабылданған шешімдер негізінде жұмыс істеуі кезінде қолданылады.

Жүйелік тәсілдің мәнісі мынада: орман шаруашылығы мекемесі белгілі бір құрылымы бар және фирма турасында сыртқы орта болып табылатын макроэкономикалық кеңістіктің элементі ретінде қаралады. Сондай-ақ орман шаруашылығы мекемесінің өзінің ішкі құрылымы күрделі. Бұл құрылымның элементтері орман шаруашылығы мекемесінің ішкі ортасын түзеді. Орман шаруашылығы мекемесі мен сыртқы орта бір-бірімен ақпараттық, материалдық, ақша және басқа ағымдармен алмаса отырып, үнемі өзара белсенді іс-әрекетте болады.

Сонымен, орман шаруашылығы мекемелерінің қызметін талдау кезінде ішкі және сыртқа орта екеуі тығыз жиынтықта, өзара қарым-қатынаста, өзара іс-әрекеттесуінде және өзара тәуелділікте қарастырылады.

Орман шаруашылығы мекемелерінің сыртқы және ішкі ортасы. Сыртқы орта көптеген күрделі әрі алуан түрлі факторлармен сипатталады және оған сатып алушылар өздерінің фирма тауарларының сатылуын анықтайтын демографиялық мінездемелерімен бірге; бәсекелестер; делдалдар (көлік мекемелері, сатушы орман шаруашылығы мекемелері, сауда агенттері); орман шаруашылығы мекемелерінің нарықта табысты іс-әрекет етуіне мүдделі болған әріптестер; қаржы мекемелері (банктер, сақтандыру компаниялары); жарнамалық агенттіктер; кеден және өзге де

үкіметтік органдар кіреді. Сонымен бірге қолданыстағы және әзірленіп жатқан заңдарды, жалпы экономикалық жағдайды, саяси ахуалды, ғылыми-техникалық жетістіктерді, қолданыстағы патентті, мәдени және басқа да дәстүрлерді сыртқы орта жағдайларына жатқызған жөн.

Ішкі ортаға тұрақты қызмет ету мен басқаруды қамтамасыз ететін орман шаруашылығы мекемелерінің ұйымдастырушылық, функционалдық және өндірістік құрылымдарын, өнім өндіру технологияларын, жаңа тауарларды шығаруды және тестілеуді, сатып алушыға дейінгі тауар қозғалысын, сатуды, шикізат, материал жабдықтаушыларымен, сондай-ақ қаржылық және өзге сыртқы органдармен өзара қарым-қатынастарды жатқызған жөн. Сондай-ақ кадрлардың біліктілігі, оларды пайдалану жүйесі, ақпаратты басқарудың жоғары қатарларынан төмен қатарларына және кері жіберу жүйесі, нарықтық жағдайдың және жалпы сыртқы ортаның өзгерістеріне құрылымдардың икемділігі де ішкі орта түсінігіне кіреді.

Ішкі және сыртқы ортаның әртүрлі факторларын екі топқа дұрыс бөлу маңызды: біріншісі – орман шаруашылығы мекемесінің басшылығы тарапынан басқарылады, екіншісі – мұндай басқаруға көнбейді, демек, орман шаруашылығы мекемелерінің өзіне бейімделуін қажет етеді. Мұндай бөлу мақсаттарды болжау, жоспарлау, алға қою және оларға қол жеткізу тұрғысынан аса маңызды.

Орман шаруашылығы мекемелерін басқаруда мақсатты ұйғару жүйесі. Орман шаруашылығы мекемелерінің мақсаттарын, әдетте, үш деңгейге бөлуге болады: стратегиялық, тактикалық және оперативті мақсаттар. Орман шаруашылығы мекемелерінің басқарушылық қызметі де алға қойылған мақсаттарға сәйкес құрылады.

Жүйелік тәсіл шешімдерді әзірлеу процесін оңтайлы түрде орталықсыздандыру, иерархияның әртүрлі және бірдей деңгейлерінде қабылданатын басқарушылық ықпал етулерді орман шаруашылығы мекемесінің басқарушылық құрылымындағы әртүрлі элементтермен үйлестіру және өзара толықтыру арқылы сыртқы ортада болып жатқан өзгерістерге икемді әсерленуге мүмкіндік беретін, мақсатты ұйғару мен шешімдер қабылдаудың иерархиялық жүйесін көздейді. Басқарушылық шешімдер иерархиясының деңгейі шешімдердің маңыздылық пен жалпылық дәрежесіне және олардың қабылдану мерзімі мен ұзақтығына, орман шаруашылығы мекемесінің жағдайына, сыртқы ортаға ықпал ету күшіне байланысты.

Орман шаруашылығы мекемесінің ұйымдастырушылық құрылымы туралы шешім қабылдау иерархияның ең жоғарғы деңгейінде қабылданатын шешімге мысал болады, бұдан төменірек деңгейде шығарылатын өнімнің түрлері туралы шешімдер қабылданады; одан төменірек орман шаруашылығы мекемесінің қаржы-қаражаттарын орман шаруашылығы мекемесінің әртүрлі қызмет нысандары арасында бөлу туралы шешім қабылданатын деңгей жатады. Бұдан кейін технологиялық шешімдер қабылданатын деңгей орналасқан, бұл шешімдер өз кезегінде екі деңгейден тұрады: біріншісінде – қажетті ресурстарды (орман шаруашылығы техникасы, құрал-жабдықтар, ЖЖМ, тыңайтқыштар, өсімдіктерді қорғау тәсілдері) іске қосу туралы шешімдер қабылданады; екіншісінде – осы ресурстарды өндірістік нысандар (егіс алқаптары, жерлер және т.с.с.) арасында бөлу туралы шешімдер қабылданады.

Басқарушылық шешімдерді әзірлеуде көпварианттылықты пайдалану. Мұндай модельдеу мен қойылымның нәтижесі болып мүмкін болатын шешімдердің варианттары «ағашы» табылады, яғни мүмкін болатын шешімнің иерархиясының деңгейі неғұрлым төмен болған сайын және жүйелі шешімдер тізбегінде неғұрлым көп уақыт ұйғарылған сайын, соғұрлым шешімдер ағашында шешімдердің көп варианты беріледі. Варианттылықтың өсу процесі шешімдер ағашында берілетін болады. Мүмкін болатын шешімдердің варианттылығы мен баламалылығының өсу процесі жаратылысынан кездейсоқ сипатқа ие немесе белгісіз болып табылатын, немесе біз басқарушылық шешімдерді әзірлеуді модельдеу процесінде осындай деп қабылдайтын, орман шаруашылығы мекемелерінің қызмет процесіндегі сыртқы және ішкі орта факторларының ықпалымен байланысты болады. Сонымен басқарушылық шешімдерді әзірлеу процесін модельдеудің нәтижесі орман шаруашылығы мекемесі тарапынан қатаң басқару ықпалына түспейтін факторлардың мүмкін болатын өзгерістеріне сәйкес келетін шешімдердің көптігі болып табылады.

Қабылданатын шешімдердің көпварианттылығы және бұл шешімдердің орман шаруашылығы мекемесінің мүмкіншіліктеріне және сыртқы ортасының ағымдағы жағдайына сәйкестігі нарықта табысты жұмыс істеу үшін маңызды шарт болып табылады. Көпвариантты

шешімдер біздің тарапымыздан бақыланатын және бақыланбайтын сыртқы орта өзгерістеріне икемді әсерленуге мүмкіндік береді.

Шешімдерді қабылдау модельдерінің банкі ең ұтымды және оңтайлы басқарушылық шешімдерді іздестіру үшін қажет. Банкте орман шаруашылығы мекемесінің бөлімшелерін оперативті басқару модельдері, даму модельдері, ресурстарды басқару мен өндірістік процестің модельдері, белгісіз факторлардың ықпалын есепке ала отырып қызмет нәтижелерін болжау модельдері, сондай-ақ баға белгілеу жүйесінің моделі, сату аумақтарының шекарасын және коммивояжерлық қызмет жоспарларын белгілеу, жарнама құралдарының кешенін құру, жаңа және қолда бар тауарларды сатуды болжау, тауар қозғалысының варианттары мен жолдарын бағалау және т.б. модельдер бар.

Модельдеу үшін математикалық тұрғыдан әртүрлі модельдер пайдаланылуы мүмкін. Модельдерге сәйкес модельдерді зерттеудің және басқарушылық шешімдердің ең жақсы варианттарын іздестірудің әртүрлі әдістері де қолданылады, бұлар: операцияларды зерттеу әдістері, жаппай қызмет көрсету теориялары, оңтайландыру теориялары, экономикалық әдістер және т.б.

Маркетинг жүйелік тәсілді іске асыру ретінде. Орман шаруашылығы мекемесінің мақсаттары, оның бағыт-бағдары, ұйымдастырушылық және басқарушылық құрылымдары орман шаруашылығы мекемесінің және сыртқы макроэкономикалық ортаның өрістеу процесінде үш кезеңнен өтеді: 1) өндіріске бейімделу; 2) сатуға бейімделу; 3) маркетингке бейімделу. Маркетингке бейімделу сатушының нарығы сатып алушының нарығына айналған жағдайда, яғни ұсыныс сұраныстан жоғары болған кезде пайда болады.

«Маркетинг» түсінігінің негізінде «нарық» (market) термині жатыр. Бұл түсінік жалпы нарықтық қызметті білдіреді. Ғылыми мағынасында маркетинг – бұл өндіруші шаруашылық проблемаларды шешудің жүйелік тәсілі мен бағдарламалық-мақсатты әдісін пайдаланатын, ал нарық, оның талаптары мен әсерлену сипаты қызметтің тиімділік критерийлері болып табылатын нарықтық қызметтің түрі.

Маркетинг тұжырымдамасы орман шаруашылығы мекемесінің қызмет және даму мақсаттарын әзірлеу жүйесінде аса маңызды болып отыр. Бұл тұжырымдама, бір жағынан, нарық жағдайларында тіршілікті сақтап қалудың мол әлемдік тәжірибесін ескереді, ал екінші жағынан орман шаруашылығы мекемесін дамыған нарықта жұмыс істеу әдістеріне бағыттайды, яғни орман шаруашылығы мекемесін ертеңгі күнгі нарықта күтіп тұрған ауыр қызметке қазірден бастап дайындап отыр, үшінші жағынан маркетинг тұжырымдамасы орман шаруашылығы мекемесін өзгерту арқылы құрылымдық элементтерді қалыптастырады және жетілген, дамыған нарықты жақындатады.

Сыртқы нарық факторларын басқару. Орман шаруашылығы мекемесінің қызметіндегі басқарушылық шешімдердің сыртқы ортаға ықпал ету мәселелерін және орман шаруашылығы мекемесінің бұл ортаны өзіне қажетті бағытта өзгерту мүмкіндіктерін қарастырайық.

Басқарушылық шешімдердің ықпалына түсетін сыртқы орта факторларының ішінен мыналарды бөліп көрсетейік: әлеуетті әріптестер (жабдықтаушылар, делдалдар, брокерлік конторалар, комерциялық орман шаруашылығы мекемелері, көлік, сауда ұйымдары және т.с.с.) болып табылатын немесе бола алатын заңды тұлғалармен қарым-қатынас; басқа заңды тұлғалармен (банктер, сақтандыру компаниялары, әлеуетті және нақты инвесторлар, шетелдік инвестициялық ұйымдар және т.с.с.) қарым-қатынас; мемлекеттік кәсіпорындар мен халықтың – ауыл шаруашылығы өнімін тұтынатын соңғы тұтынушылардың мүдделерін басқарып, қорғай отырып әріптес ретінде де, бәсекелес ретінде де бола алатын жергілікті билік органдарымен қарым-қатынас; нақты және әлеуетті бәсекелестердің орман шаруашылығы мекемесіне көңіл бөліп қарауы; соңғы тұтынушылардың орман шаруашылығы мекемесіне және орман шаруашылығы мекемесінің соңғы өніміне көңіл бөліп қарауы; орман шаруашылығы мекемесі өзінің өндірістік қызметін жүргізетін қоршаған табиғи ортаның жағдайы.

Сонымен, орман шаруашылығы мекемесінің қызметін зерттеуде жүйелік талдауды қолдану оның қызметінің барлық аспектілерін неғұрлым толық қамтуға, оның әртүрлі ішкі және сыртқы қарым-қатынастарын қарастыруға, басқарушылық шешімдерді әзірлеу жүйесін және осы шешімдердің құрылымын талдауға, неғұрлым маңызды қызмет бағыттарын бөліп көрсетуге, қабылданатын басқарушылық шешімдер мен қызмет нәтижелерін бағалау критерийлерінің иерархиясын құруға мүмкіндік береді. Бұл тәсіл жүйелік тұрғыдан қарағанда кәсіпорындардың

қызметін бағалау тәжірибесінің қазіргі жағдайларда дамыған капиталистік елдерде жарамдылығын бағалауға мүмкіндік береді.

1.Моисеева Н.К., Конышева М.В. Управление маркетингом: теория, практика, информационные технологии.: Учебное пособие / под ред. Н.К.Моисеевой. - М.: Финансы и статистика, 2002. – 304с.

2.Сапарбаев А.Д. Модельный инструментарий управления агрофирмой. – Алматы: НИЦ «Ғылым», 2003. – 200с.

В статье рассмотрен системный подход к разработке форм и методов оптимального управления лесохозяйственным производством. Системный подход применяется как при анализе информации о состоянии лесохозяйственных предприятий (ЛХП) среды, в которой находится ЛХП, при построении моделей деятельности ЛХП, моделировании и выработке на основании результатов моделирования управляющих решений, так и при деятельности ЛХП на основе принятых решений.

Systematic approach in development of forms and methods of optimal management in the forest production industry has been considered in the article. Systematic approach is applied both for the analysis of information on the condition of the forest production industry (FPI), where the FPI is physically located, and while making models on the activities of the FPI, modeling and development of decision-making, and also in the activities of the FPI based on the accepted decisions.

ӘӘЖ 630.6:65

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ МЕН «СЕМЕЙ ОРМАНЫ» ЖӘНЕ «ЕРТІС ОРМАНЫ» МЕМЛЕКЕТТІК РЕЗЕРВАТТАРЫНЫҢ ОРМАН ШАРУАШЫЛЫғыНДАғы ТӘУЕКЕЛДЕРДІ БАСҚАРУДЫ БАҒАЛАУ

Абаева Қ.Т.

Қазақ ұлттық аграрлық университеті

Орманның адам өміріндегі маңызын бағалау қиын. Орман – бұл ұзақ уақыт іс-әрекет ететін көп мақсатты нысан, табиғи орта мен онда жүретін көптеген процестерді табиғи реттеудің аса маңызды құрамдас бөлігі, табиғат пайдаланудың маңызды саласы болып табылады.

Орман шаруашылығы қызметі нәтижелерінің алдын ала болжанбау дәрежесінің жоғары болуы табиғи, антропогендік факторлардың әсеріне, сондай-ақ орман шаруашылығының басқа ерешелігіне – ұзақ өндірістік циклге байланысты. Өндірістік цикл өнеркәсіпте негізінен сағаттар мен күндерден, ауыл шаруашылығында маусымдар мен жылдардан тұрады, пісіп жетілген орманды өсіруге қажетті өндірістік цикл ондаған жылдармен өлшенеді.

Нәтижелердің алдын ала болжанбауы өндіріс факторлары салымдарының тәуекелін анықтайды, бұл экономикалық есептеулердің дұрыстығын төмендетеді, ал салымдардың бағасын қоғам үшін қымбат етеді. Г.Греггерсеннің пікірінше, орман өсірудің ұзақ кезеңіне және капитал салымдарының осы түріне тән тәуекелге байланысты, орман шаруашылығына жеке капитал салымдарын ынталандыру қиынға соғады [1]. А.П.Петровтың пікірінше, кәсіпкердің тәуекелі ауыл шаруашылығына қарағанда орман шаруашылығы өндірісінде әлдеқайда жоғары, себебі ол болашақта ауруларға төзімді және жел құлата алмайтын өнімді екпелерді қай ағаш түрлері және ағаштардың қандай қалыңдығы қамтамасыз ететіндігін, 80-100 жылдық орман өсіру циклы бойына қанша қолайсыз климаттық жағдайлар болатындығын білуі тиіс, сондай-ақ ғылыми-техникалық прогрестің, жеке алғанда оның селекция мен генетикада көрінуін, сүрек бағасын, оны тұтынатын құрылымдарды және т.с.с. алдын ала қарастыруы тиіс [2].

Сонымен, орман шаруашылығына тән ерекшеліктердің өзі тәуекелдерді басқару теориясын дамыту және оны экономиканың осы саласын басқаруда қолдану мәселесін айрықша өзекті етеді.