

ISSN 1729 – 536X



№ 2 (54) 2014

Издается с января 1998 года



До 18 июля 2006 года
выходил под названием
«Вестник Павлодарского университета»

ИННОВАЦИЯЛЫҚ ЕУАЗИЯ УНИВЕРСИТЕТІНІҢ ХАБАРШЫСЫ

Ғылыми журнал

ВЕСТНИК ИННОВАЦИОННОГО ЕВРАЗИЙСКОГО УНИВЕРСИТЕТА

Научный журнал

Павлодар

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Жумадилов А.Д. Влияние брэндинга на государство	9
Kaidarova A.T. Competitiveness of commercial bank in current conditions.....	12
Мурзина Р.З., Литвинова Е.И. Платежеспособность предприятия: оценка и принятие решений.....	18
Мустафина М.А. Инвестициялық әлеуеті бойынша Қазақстан аймақтарын саралау	21
Мухамеджанов А.Е., Хисматуллин Р.А. Промышленность как основа экономики Павлодарской области	26
Нурғалиева Ж.Д. Региональные аспекты развития малого и среднего бизнеса в Павлодарской области	31
Рубан А. А. Жизненный цикл инновации и стадии жизненного цикла производства инновационного продукта	39
Смагулова З.К., Джуманиязов Е.Т. Анализ продвижения банковских продуктов (на материалах АО «Банк ЦентрКредит»)	42
Шеломенцева В.П., Исабекова А.С. Эффективное управление бизнесом	49

ОБЩЕСТВЕННЫЕ НАУКИ

Гольцер Д.Н., Сергеева В.В., Тухлов И.А. Тактика игры баскетбол	52
Маняпова Т.К., Кожуханова А.Б. Специфика деятельности PR-служб промышленных предприятий (на примере АО «Алюминий Казахстана»)	55
Чжан Сюцзе Сотрудничество между Китаем, Россией и Монголией в контексте безопасности региона Северо-Восточной Азии	60

ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ

Dubrovina T.N., Dubrovin P.V., Nazarenko T.A. Production technological process of baby fermented milk product of probiotic direction	64
Свидерская Д.С., Нурғалиева Б.Т. Разработка нового творожного продукта с функциональными свойствами	68
Свидерский А.К., Аубакирова М.Б. Применение в производстве ферросиликоалюминия марок ФС55А10 и ФС65А10 в качестве заменителя ферросилиция.....	72
Свидерский А.К., Секербаева С.Ж., Шуленова А.М., Абдрахманов Е.С., Ахмедьянова Г.К. Исследование минеральных примесей в экибастузском угле и механизма образования золы при его сжигании.....	75
Свидерский А.К., Свидерская Д.С., Кызылбаев Н.К. Основные принципы создания комплексной системы управления качеством строительной продукции.....	77

Слатвинская О.В., Свидерский А.К. Исследование времени экспозиции разработанных сухих рецептур дезинфицирующих средств на основе надуксусной кислоты.....	81
Тихонова Е.М., Свидерская Д.С. Системы качества для потребителя	84
Шаихов Р.О. Обоснование соответствия системы обращения с отходами и технологий их переработки как наилучших доступных технологий, реализуемых на нефтегазовых предприятиях Казахстана	88

ЕСТЕСТВЕННЫЕ НАУКИ

Исмоилов Д.И., Куслий Р.А. Применение круговых многочленов к теории делимости	93
Кенжанов А.Г. Основные методы решения уравнений Фредгольма первого и второго рода	100
Свидерская Д.С., Клочкова К.С. Влияние химических пищевых добавок на микрофлору кишечника человека.....	106
Степьюк И.А., Исмоилов Д.И. Об одной системе степенных уравнений	110
Турлыбаева Ш.Ж. Современное состояние вопросов эпидемиологии и профилактики энтеробиоза.....	114

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

Бакауова А.С. Некоторые аспекты объективации понятийных признаков концепта «труд».....	118
Borod I.F. Nationale Varietäten des Deutschen.....	121
Великодная О.В., Бейсембаев А.Р. Маркеры имплицитного смысла в рекламных текстах.....	125
Имамбаева Ғ.Е., Құсманова Б.М. Етіс категориясының функционалдық сипатының тарихи зерттелуі.....	128
Леонидов А.Л., Бейсембаев А.Р. Текстообразующие функции в категориях проспекции и ретроспекции.....	133
Маняпова Т.К., Алинов А.Н. Языковые репрезентанты гендерных стереотипов.....	137
Маняпова Т.К., Федосимова О.С. Языковые особенности и web-дизайн социальных сетей.....	141
Темірбаева Д.Д. Сәбит Дөнентаев поэзиясындағы әйел бейнесі	146

МАЗМҰНЫ

ЭКОНОМИКАЛЫҚ ҒЫЛЫМДАР

Жумадилов А.Д. Брендингтің мемлекетке әсер етуі	9
Кайдарова А.Т. Қазіргі жағдайларда коммерциялық банктің бәсекеге қабілеттілігі.....	12
Мурзина Р.З., Литвинова Е.И. Кәсіпорынның төлем қабілеттілігі: бағалау және шешім қабылдау.....	18
Мустафина М.А. Инвестициялық әлеуеті бойынша Қазақстан аймақтарын саралау	21
Мұхамеджанов А.Е., Хисматуллин Р.А. Өнеркәсіп Павлодар облысы экономикасының негізі ретінде.....	26
Нұрғалиева Ж.Ж. Павлодар облысында шағын және орта бизнесті дамытудың аймақтық аспектілері	31
Рубан А.А. Инновацияның өмірлік циклі және инновациялық өнім өндірісінің өмірлік циклінің кезеңдері.....	39
Смагулова З.Қ., Джуманиязов Е.Т. Банктік өнімдердің қозғалысын талдау ("БанкЦентрКредит" АҚ материалдарында).....	42
Шеломенцева В.П., Исабекова А.С. Бизнесті тиімді басқару.....	49

ҚОҒАМДЫҚ ҒЫЛЫМДАР

Гольцер Д.Н., Сергеева В.В., Тухлов И.А. Баскетбол ойынының тактикасы.....	52
Маняпова Т.К., Кожуханова А.Б. Өнеркәсіптік кәсіпорындардың PR-қызметінің ерекшелігі («Қазақстан алюминийі» АҚ мысалында).....	55
Чжан Сюэзе Қытай, Ресей және Моңғолия арасындағы ынтымақтастық Солтүстік-Шығыс Азия аймағының қауіпсіздігі контексінде.....	60

ТЕХНИКАЛЫҚ ҒЫЛЫМДАР

Дубровина Т.Н., Дубровин П.В., Назаренко Т.А. Пробиотикалық бағыттағы балаларға арналған сүт қышқылды өнімді өндірудің технологиялық процесі	64
Свидерская Д.С., Нурғалиева Б.Т. Функциялық қасиеттері бар сүзбеден жасалған жаңа өнім шығару.....	68
Свидерский А.К., Аубакирова М.Б. Ферросилицидді алмастырғыш ретінде ФС55А10 және ФС65А10 маркалы ферросиликоалюминийді өндірісте қолдану	72
Свидерский А.К., Секербаева С.Ж., Шуленова А.М., Абдрахманов Е.С., Ахмедьянова Г.К. Екібастұз көміріндегі минералды қоспалар мен оларды жаққан кездегі күл түзілу механизмін зерттеу.....	75
Свидерский А.К., Свидерская Д.С., Кызылбаев Н.К. Құрылыс өнімінің сапасын басқарудың кешенді жүйесін құрудың негізгі принциптері.....	77

Слатвинская О.В., Свидерский А.К. Сірке қышқылы негізінде дезинфекциялайтын құралдардың әзірленген құрғақ рецептуралары экспозициясының уақытын зерттеу	81
Тихонова Е.М., Свидерская Д.С. Тұтынушыға арналған сапа жүйесі	84
Шаихов Р.О. Қалдықтармен жұмыс істеу жүйесінің және Қазақстанның мұнайгаз кәсіпорындарында қолданылатын ең жақсы қолжетімді технологиялар ретінде оларды қайта өңдеу технологияларының сәйкестігін негіздеу	88

ЖАРАТЫЛЫСТАНУ ҒЫЛЫМДАРЫ

Исмоилов Д.И., Куслий Р.А. Щеңберлі көпмүшелерді бөліну теориясына қолдану	93
Кенжанов А.Г. Бірінші және екінші текті Фредгольм теңдеулерін шешуінің негізі әдістері	100
Свидерская Д.С., Клочкова К.С. Адамның ішек микрофлорасына химиялық азықтық қоспалардың әсері	106
Степьюк И.А., Исмоилов Д.И. Дәрежелік теңдеулердің бір жүйесі туралы	110
Турлыбаева Ш.Ж. Энтеробиоз эпидемиологиясы мен профилактикасы мәселелерінің қазіргі жағдайы	114

ФИЛОЛОГИЯ ҒЫЛЫМДАР

Бақауова А.С. «Еңбек» концептісінің ұғымдық белгілерін объектілеудің кейбір аспектілері	118
Бород И.Ф. Неміс тілінің ұлттық варианттары	121
Великодная О.В., Бейсембаев А.Р. Жарнамалық мәтіндердегі имплициттік мағынаның меркерлері	125
Имамбаева Ғ.Е., Құсманова Б.М. Етіс категориясының функционалдық сипатының тарихи зерттелуі	128
Леонидов А.Л., Бейсембаев А.Р. Перспекция және ретроспекция категорияларындағы мәтінді қалыптастыру функциялары	133
Маняпова Т.К., Алинов А.Н. Гендерлік таптаурындардың тілдік репрезентанттары	137
Маняпова Т.К., Федосимова О.С. Әлеуметтік желілердің тілдік ерекшеліктері және web-дизайны	141
Темірбаева Д.Д. Сәбит Дөнентаев поэзиясындағы әйел бейнесі	146

CONTENT

ECONOMIC SCIENCES

Zhumadilov A.D.	
Influence of branding on the state	9
Kaidarova A.T.	
Competitiveness of commercial bank in current conditions.....	12
Murzina R.Z., Litvinova E.I.	
Financial responsibility of the enterprise: estimating and making of decision	18
Mustafina M.A.	
Differentiation of regions of Kazakhstan on the investment potential	21
Mukhamedzhanov A.E., Hismatullin R.A.	
Industry as a basis of economic of Pavlodar region	26
Nurgaliyeva Zh.Zh	
Regional aspects of the development of small and medium-sized businesses in Pavlodar region.....	31
Ruban A.A.	
Innovation life cycle and life cycle stages of innovative product manufacture	39
Smagulova Z.K., Dzhumaniyazov E.T.	
Analysis of the promotion of banking products (on materials of JSC «Bank CentreCredit») ..	42
Shelomentseva V.P., Isabekova A.S.	
Effective management of business	49

SOCIAL SCIENCES

Goltser D.N., Sergeyeva V.V., Tukhlov I.A.	
Tactics in basketball	52
Manyapova T.K., Kozhukhanova A.B.	
Specifics of PR-services of industrial enterprises (by example of JSC “Aluminium of Kazakhstan”)	55
Zhang Syutsze	
Cooperation between China, Russia and Mongolia in the context of regional security in North East Asia	60

TECHNICAL SCIENCES

Dubrovina T.N., Dubrovin P.V., Nazarenko T.A.	
Production technological process of baby fermented milk product of probiotic direction	64
Sviderskaya D.S., Nurgalieva B.T.	
Development of a new product curd with functional properties	68
Sviderskiy A.K., Aubakirova M.B.	
Use in production of aluminum ferrosilicon marked FS55A10 and FS65A10 as a substitute of ferrosilicium	72
Sviderskiy A.K., Sekerbaeva S.J., Shulnova A.M., Abdrakhmanov Ye.S., Akhmedyanova G.K.	
Investigation of mineral impurities in the Ekibastuz coal and ash formation mechanism during its combustion	75
Sviderskiy A.K., Sviderskaya D.S., Kysylbaev N.K.	
The main principles of creation integrated control system of building products quality	77
Slatvinskaya O.V., Sviderskiy A.K.	
Investigation of exposure time developed dry formulations of disinfectants based on peracetic acid.....	81

Tikhonova Ye.M., Sviderskaya D.S. Consumer quality system.....	84
R.O. Shaikhov Justification of the corresponding system of waste management and recycling technology as the best available techniques implemented in the oil and gas companies in Kazakhstan	88

NATURAL SCIENCES

Ismoilov I.D., Kusliy R.A. Use of circular polynomials to the theory of divisibility	93
Kenzhanov A.G. Basic methods for solving Fredholm equations of the first and second kind	100
Sviderskaya D.S., Klochkova K.S. Influence of chemical food additives on human intestinal microflora	106
Stepyuk I.A., Ismailov D.I. About one system of polynomial equation	110
Turlybayeva Sh. Zh. Current state os issues of epidemiology and enterbiosis prevention techniques	114

PHILOLOGICAL SCIENCES

Bakauova A.S. Some aspects of objectification conceptual features of the concept «work»	118
Borod I.F. National variations of the German language	121
Velikodnaya O.V., Beyssembayev A.R. Implicit meaning markers in advertising texts.....	125
Imambayeva G.Ye., Kussmanova B.M. Historical research of functional voice category features.....	128
Leonidov A.L., Beyssembayev A.R. Text forming functions in terms of prospection and retrospection.....	133
Manyapova T.K., Alinov A.N. Language representatives of gender stereotypes	137
Manyapova T.K., Fedossimova O.S. Language features and web design of Social networks	141
Temirbayeva D.D. Image of woman in poetry of Sabit Donentayev	146

Экономические науки

УДК 366.484:339.138

А.Д. Жумадилов

Инновационный Евразийский университет (г. Павлодар)

E-mail: azat.23@mail.ru

Влияние брэндинга на государство

***Аннотация.** Статья посвящена оценке влияния брэндинга на государство, внедрению брэндинга на государственном уровне во все сферы жизни страны в качестве стратегического инструмента конкурентоспособности страны.*

***Ключевые слова:** брэндинг, инвестор, экономика, конкуренция, бизнес, рынок.*

В современном мире понятие бренда становится глобальным. Все, с чем мы сталкиваемся, все, что мы так или иначе в состоянии потреблять, может быть или уже является брендом: люди – бренды, города – бренды, политические партии – бренды, события – бренды... Это неизбежное следствие тотальной коммерциализации нашей жизни: как только экономика затрагивает какую-либо из ее сторон, сразу же появляется необходимость конкуренции и, как следствие, – возможность создания брендов.

Брендами могут и должны являться целые государственные институты, министерства и ведомства. Более того, самый главный бренд, на реконструкцию и продвижение которого нельзя жалеть средств – само государство [1].

Причина непонимания этого кроется в самой структуре государства: на всех уровнях государственной машины находятся администраторы, хорошие управленцы, но чтобы быть бренд-менеджером, надо быть не просто руководителем, а стратегом, умеющим мыслить творчески. Подобно тому, как бизнес переходит от производства товаров к производству брендов, так и акцент в подходе государства к управлению должен сместиться от управления текущей ситуацией и попыток предсказать ее развитие к формированию долгосрочного проекта развития страны, а этого можно добиться только путем создания брендов и управления ими в масштабах государства.

Безусловно, многие страны, особенно претендующие на звание сверхдержав, занимаются созданием собственного благоприятного имиджа, но роль этого процесса подобна роли маркетинга в бизнесе, ориентированном на производство, иными словами, «мы будем делать то, что считаем нужным, а специалисты по имиджу пусть облачают все это в удобоваримую форму». Отсутствие брэндинга чревато полным отсутствием лояльности ко многим слагаемым государства, что также не проходит бесследно: тотальное неуважение к органам власти, нежелание молодых мужчин служить в рядах вооруженных сил или охраны правопорядка из-за негативного имиджа этих структур, стремление специалистов работать где угодно, только не в той стране, которая их вырастила и обучила. В период Советского Союза служить считалось нормой, а мужчина, «не исполнивший долг перед Родиной», считался не совсем полноценным. И дело было вовсе не в государственной политике приема на работу. Служба в структурах органов государственной безопасности и внешней разведки была окружена романтическим ореолом, люди в форме пользовались уважением.

Успех советской пропаганды был обязан отчасти и «железному занавесу», за которым находилась наша страна, и он же в конце концов явился дестабилизирующим фактором. Ситуация свободного рынка, в том числе и рынка, свободного для информационных потоков, требует именно брэндингового подхода не только в формировании имиджа этих структур, но и в самом их построении или реформировании [2].

PR является частным случаем любой рекламной кампании, это один из инструментов воздействия на людей. Все должно быть подчинено четкой стратегии. Надо полагать, брэндинг подразумевает не только создание одной оболочки, радужного мыльного пузыря, брэндинг служит для гармонизации объекта и его восприятия субъектом. В мире большой политики восприятие субъекта (потребителя) достаточно важно, поэтому свойства объекта должны быть созданы в строгом соответствии не только с разработанной стратегией, но и с учетом запросов аудитории потребителей – граждан страны [3].

Брэндинг дает инструменты для создания процветающего государства. Именно брэндинг в состоянии заставить население любить свою страну и органы власти, платить налоги и служить в вооруженных силах, быть добропорядочными гражданами, на которых держится само понятие "государство".

Конечно, бренд подразумевает гармонию между реальным положением дел и рекламными обещаниями, и государство должно стремиться именно к этому. Есть благоприятный имидж страны = есть инвестиции. Пугающий образ государства мало у кого вызовет желание вложить деньги в эту страну.

В условиях Центральной Азии и Казахстана, это больше имидж объектов, чем территорий (стран) и в большинстве случаев – это добывающая отрасль и энергетика. Даже Казахстан, одно из лидирующих государств в Центральной Азии, имеет привлекательность исключительно благодаря месторождениям углеводорода и металла, т.е. богатствам недр, а не возможностям и условиям ведения бизнеса или туристическому потенциалу.

Сегодня ни одна страна Центральной Азии, в том числе и Казахстан, не имеет нужного инвестиционного бренда, отражающего территорию как единый привлекательный образ, не продвигает свои инвестиционные возможности посредством инвестиционного бренда страны. Первое что на ум приходит потенциальному инвестору – «Что это за страна?». «Насколько с ней можно иметь дело?», «Насколько данная территория может обеспечить безопасность моим вложениям и мне?». На этот вопрос мог бы ответить инвестиционный бренд страны. Не имидж, а именно бренд, так как имидж это результат коммуникации самого бренда.

Казахстан сегодня у целевой аудитории представляется как страна, богатая углеводородами, но нефть и нефтепродукты не должны быть ключевыми инвестиционным объектом страны. Так уж повелось, благодаря развитию двигателей внутреннего сгорания, углеводороды в XXI веке будут всегда пользоваться повышенным интересом у мирового капитала. В данном случае особо не важно, где они расположены, хоть в Афганистане. И выставлять нефтяные месторождения как инвестиционный потенциал страны – это несколько неразумно [4].

Основными целями привлечения инвестиций должны быть программы и проекты национального характера, создающие долгосрочные производственные кластерные образования и обеспечивающие круговой цикл производства и услуг. К примеру, кластеры в сфере туризма и услуг, переработки, логистики, финансово-банковской сферы, производства программного обеспечения, научно-технологические области (инновации) и другие системные отраслевые направления, которые создают устойчивость, конкурентоспособность и дифференцированность экономики страны.

В совокупности все это – инвестиционный потенциал страны (а не нефтяные месторождения), который необходимо продвигать на внешние рынки для привлечения инвесторов. Описывая свой инвестиционный климат, можно добиться многого, но не желаемого, так как инвестор хочет видеть специализацию и четкое предложение, иначе говоря инвестиционное позиционирование страны, а это возможно передать через инвестиционный бренд (образ) страны [5].

Государство в целом и его отдельные институты – это бренды в чистом виде. Государство – бренд со своими идентификационными символами: флаг, гимн, герб, президент или иной правитель, структура власти, портрет типичного представителя населения, новостные сообщения (являющиеся по сути рекламными сообщениями, продвигающими бренд по имени «страна»), оппозиция и многое другое. Все то, с чем сталкивается потребитель информационного продукта. И этими атрибутами должно управлять в полном соответствии с позиционированием и эмоционализацией. Для каждой аудитории должна быть найдена лидирующая ценность и выстроен вектор бренда по имени «страна». Может быть, подобные структуры и существуют, но результаты их деятельности в нашей стране не видны.

Роль брендинга в государственном устройстве огромна: импорт, существенная статья дохода государства – одна из областей, где брендинг применяется в государственных масштабах. Стоимость этого актива никак не оценивалась, но думаем, стоимость брендов «made in Finland» и особенно «made in Germany» – сопоставима со стоимостью самых дорогих торговых марок. Восприятие бренда по имени «Казахстан» изменяется в лучшую сторону только по причине крайне удачного атрибута – президента страны. Президент, будучи атрибутом бренда по имени «страна», является в то же время самостоятельным брендом, то есть мы опять видим многоуровневый процесс брендинга [6].

Принцип брендинга «один бренд – одна ценность» сохраняет здесь свою справедливость, но с рядом оговорок. Бренды, имеющие отношение к государственному устройству, крайне многогранные, многоцелевые структуры не с одной, а со многими аудиториями потребителей, каждая из которых имеет свои мотивы для потребления. Поэтому один и тот же бренд может обладать несколькими векторами, ориентированными на разные ценности разных аудиторий.

Например, для воздействия на сегмент вне страны (внешняя политика) руководитель государства (как и бренд «Государство») должен иметь лидирующую ценность «дружелюбие», а для воздействия на собственных жителей (внутренняя политика) вектор образован ценностями «справедливость» и «забота».

Надо сказать, что политтехнологи и имиджмейкеры блестяще сформировали нужное восприятие бренда «Руководитель страны» в нашей стране, но этого явно недостаточно. В соответствии с принципами брендбилдинга должны существовать и развиваться целые государственные институты – армия, милиция, КНБ, налоговая инспекция, все прочие министерства и ведомства. Конечно, есть один нюанс, который делает задачу сложной – атрибуты бренда, то есть реальное положение дел в том числе, должны строго соответствовать позиционированию и эмоционализации, иначе – это обман потребителей. Если бренд-менеджеры от милиции будут следовать нашим рекомендациям и пытаться донести до потребителей нужный имидж, но он будет расходиться с действительностью, потребитель не поверит [7].

Каждому празднику необходимы атрибуты – чем их больше, тем праздник ярче. Каждый значимый праздник должен обладать атрибутами, это прекрасно понимали идеологи от коммунистической партии, (можно вспомнить, каким количеством атрибутов обладал день 7 ноября и 1 Мая) [8].

Еще одно слагаемое бренда по имени «Казахстан» – бренды-города, или иные географические объекты. Это тоже бренды в чистом виде. Они также являются атрибутами бренда «страна» и в то же время полностью автономны. И они также должны обладать стратегическим уровнем, со своей ценностью, сегментом, эмоционализацией и позиционированием. И здесь, как и в любом другом бренде – слагаемом государства, действует правило концентрации: для каждой аудитории один бренд – одна ценность, одна идея. Мы не говорим о внутреннем брендинге, то есть брендинге, направленном – на жителей города, по аналогии с внутренним брендингом, нацеленным на персонал, работающий в фирме. Мы говорим о брендинге, направленном вовне, на потенциальных потребителей бренда «город», туристов или бизнесменов.

Потребитель не должен путаться – каждый бренд-город должен обращаться к одной ценности, нести в себе одно обещание, одну идею. Даже если не рассматривать таких гигантов, как Астана и Алматы, города помельче также могут найти свою нишу, тем более, что это нетрудно с нашими богатейшими традициями. Наши культурные традиции могут стать мировым достоянием.

Возьмем простой пример, допустим, потенциальному потребителю предложили две продукции, в первом обозначено «Made in Kazakhstan», а в другом «Made in Japan», не раздумывая он выберет вторую продукцию, которая была произведена в Японии. И это неудивительно. Впрочем, с Казахстаном все не так уж и печально, учитывая что Казахстан в этом году занял 52-ое место в рейтинге стран-брендов. «Эксперты BrandFinance оценили бренд «Казахстан» в 87 млрд долларов», подчеркнув при этом его положительную динамику [3].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Домнин В.Н. Национальные особенности бренда // Бренд-менеджмент. – 2007. – № 06(37). – 379 с.
- 2 Шмелев А.Г. Психодиагностика личностных черт. – СПб.: Речь, 2002. – 480 с.
- 3 Чакиев М. Бренд Казахстана. – Режим доступа: <http://brand.kazakh.ru/Brand/20927.php>.
- 4 «Стратегия «Казахстан-2050»: новый политический курс состоявшегося государства» Послание Президента Республики Казахстан – Лидера нации Нурсултана Назарбаева народу Казахстана // Казахстанская правда. – 2012. – 14 декабря.
- 5 Шаромов А. Бренд страны, региона, города как инструмент экономического роста // Бренд-менеджмент. – 2007. – № 1(32). – С.42-48.
- 6 Bryman A. Social Research Methods. 4th ed. NY: Oxford University Press, 2012. – 766 p.
- 7 Годин А.М. Брендинг – Аспект-пресс, 2007 – С. 131.
- 8 Гаков В.В. Бизнес на головной боли // Коммерсант. – 2009. – 7. – С. 25

REFERENCES

- 1 Domin V.N. Nacional'nye osobennosti brenda // Brend-menedzhment. – 2007. – № 06(37). – 379 s.
- 2 Shmelev A.G. Psihodiagnostika lichnostnyh chert. – Spb.: Rech', 2002. – 480 s.
- 3 Chakiev M. Brend Kazahstana. – Rezhim dostupa: <http://brand.kazakh.ru/Brand/20927.php>.
- 4 «Strategiya «Kazahstan-2050»: novyy politicheskyy kurs sostoyavshegosya gosudarstva» Poslanie Prezidenta Respubliki Kazahstan – Lidera nacji Nursultana Nazarbaeva narodu Kazahstana // Kazahstanskaya pravda. – 2012. – 14 dekabrya.
- 5 Sharomov A. Brend strany, regiona, goroda kak instrument yekonomicheskogo rost // Brend-menedzhment. – 2007. – № 1(32). – S.42-48.
- 6 Bryman A. Social Research Methods. 4th ed. NY: Oxford University Press, 2012. – 766 p.
- 7 Godin A.M. Brending – Aspekt-press, 2007 – S. 131.
- 8 Gakov V.V. Biznes na golovnoy boli // Kommersant. – 2009. – 7. – S. 25

ТҮЙІН

А.Д. Жумадилов

Инновациялық Еуразия университеті (Павлодар қ.)

Брендингтің мемлекетке әсер етуі

Бұл мақала брендингтің мемлекетке әсер етуін бағалауға, брендингті елдің бәсекеге қабілеттілігінің стратегиялық құралы ретінде ел өмірінің барлық салаларына мемлекеттік деңгейде енгізуге арналған.

Түйін сөздер: *брендинг, инвестор, экономика, бәсеке, бизнес, нарық.*

RESUME**A.D. Zhumadilov***Innovative University of Eurasia (Pavlodar)****Influence of branding on the state***

The article is devoted to estimates of influence of branding on the state. Introduction of branding at the state level to all spheres of life of the country as the strategic tool of competitiveness.

Keywords: *branding, investor, economy, competition, market, business.*

UDK 336.7**A.T. Kaidarova***Innovative University of Eurasia (Pavlodar)**E-mail: anara_kaidarova@mail.ru***Competitiveness of commercial bank in current conditions**

Annotation. *In this paper some theoretical aspects are considered, which are connected with separate questions of commercial banks' competitiveness. It is also presented various types of competitiveness in the bank sphere influencing on commercial bank's effective activity.*

Keywords: *commercial bank, bank competition, financial and credit institutes, bank's competitiveness, financial market.*

Current conditions of the banking system's development define the tendency to growth of level of the commercial banks' universalization. Diversification of banks' activity in various spheres of financial-banking services, including by development of banking services for the population, introduction of new services – one of the way of solution of the problem of commercial banks' adaptation to constantly changing conditions of the financial market, development of perspective market niches and segments, increases of their competitiveness.

The two-level banking system functioning in Kazakhstan, after transition from the state bank monopoly to market competitive, with special sharpness put the competition's problem in banking deal as one of the first place.

In a general view the competition can be defined as rivalry of the market subjects interested in achievement of the same purpose. The purpose of each bank is that the client chose and got his concrete service. Market representatives are either sellers, or buyers. We will note characteristic signs of the competition: existence of the markets with alternative opportunities of a choice for buyers (sellers); existence of a certain number of the buyers (sellers) competing among themselves and using various tools of market policy; alternation of use of these tools by one competitors and countermeasures from other competitors.

The bank competition represents dynamic process of a match of commercial banks and other credit institutes within which they seek to ensure strong position in the market of banking services. Exactly existence of the competition causes expansion of the provided services circle, regulation of the price on them to acceptable level. Besides, the competition stimulates banks to transition to more effective ways of service, i.e. provides the situation favorable for their development and improvement. Not incidentally in all countries with the developed market economy there is legislation on development and competition maintenance (Sherman's law, Clayton's Law in the USA).

The sphere of the bank competition is the banking market – the difficult education having very wide borders and consisting of a set of elements. Now commercial banks function as sellers or buyers practically in all market sectors. We will consider market system from the point of view of purchase's and sale's objects (figure 1).

The following sectors enter it:

1. Market of capital goods and production services. Commercial banks contact him as sellers of banking services for the enterprises (payment service, maintaining of an account, management of corporations finance), financial intermediaries (crediting of production objects), and also as buyers of production resources (acquisition of office equipment).

2. Market of consumer goods and consumer services. Here banks act as financial intermediaries (allowance of credits on the consumer purposes), but in some cases and as buyers (the organization of receptions within work with the public).

3. Labor market. It has special value within personnel policy of banks which should update or fill up constantly the personnel, acting in this market as buyers.

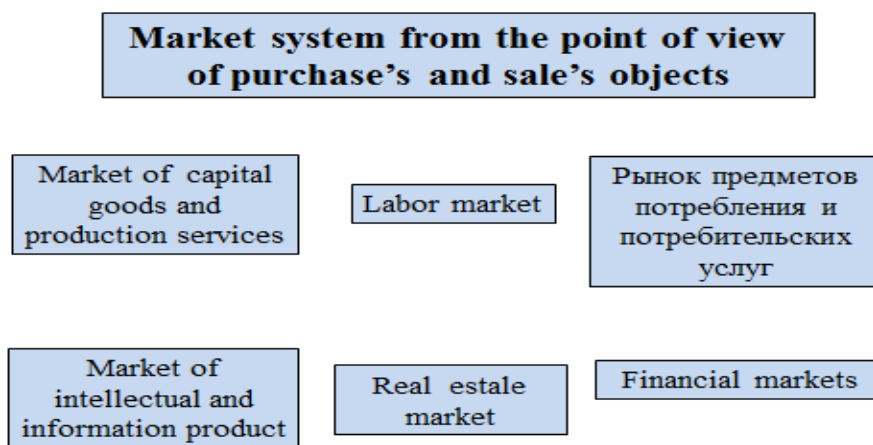


Figure 1 – Market system from the point of view of purchase's and sale's objects

4. Market of intellectual and information product. Here banks work and as sellers of banking services (financial consultation), and as buyers of production resources (the software for the computers).

5. The real estate market in which banks act as financial intermediaries (mortgage lending) and as buyers (acquisition of the land plots and rooms for office) or sellers (pledge realization on not returned mortgage loan).

6. Financial markets. In this sphere banks represent the main acting objects. Special role play:

- market of the loan capitals. Banks buy the temporary rights for monetary resources from the investors, and at the same time act as sellers at allowance of credits;
- securities market. On the request of clients and on own initiative banks carry out purchase and sale of securities, alternately playing that a role of sellers, a role of buyers;
- market of currencies and precious metals. Actions of banks in this market are similar to their work on securities market [1].

The analysis of competitors allows:

- to work out strategy of neutralization of their strengths;
- to concentrate efforts on those services which have steady positions;
- to allocate the most perspective clients;
- to form positive motivation at potential clients to acquisition of bank services;
- to strengthen confidence after exact definition of strong and weaknesses of services provided by bank.

Therefore, in bank has to be carried out surely the analysis of the competitors which has been closely connected with the analysis of strategy of the competitor and the assessment of its strategic opportunities.

According to that position which the bank holds in the market, the main competitors (banks and non-bank structures) come to light, on which research and the analysis is conducted.

More often banks classify competitors on the following groups:

- direct competitors (traditionally among main competitors): the banks having high rates of growth and rendering (or able to have) essential impact on primary activity;
- new banks, generally foreign or the banks expanding the geographical field of activity;
- potential "beginners" – new non-bank competitors.

Information on competitors is necessary for the analysis of extent of competitors' influence.

There are two types of information about competitors:

1) Quantitative information:

- name and organizationally legal form (joint-stock, share) specialization, main founders or shareholders, top officials of bank;
- size of authorized capital and its dynamics;
- the licensed kinds of bank's activity;
- state of the branch network;
- the nomenclature of main types of products and services (including quality and the prices);
- detailed bank's organizational structure;
- existence of banks-correspondents;
- the biggest customers of bank; data on the main employees, number of all personnel, payment and work incentives system).

2) Qualitative information:

- image of the competitor in the market;
- quality of service;
- loyalty of clients;
- advertising strategy;
- information on bank's operating system.

The volume of information on each client can differ both on number of quantitative indicators, and according on qualitative characteristics.

Having information on competitors, it is expedient to carry out the comparative analysis of bank own activity in relation to competitors. It allows to reveal strong and weak aspects in activity of the bank, and of the competitors. The effective tool for carrying out the comparative analysis is traditionally served matrixes.

The bank competition is concept rather conditional because compete in the banking market not only banks. Even in financial sector of this market it is possible to allocate three levels of competitive fight.

It is possible to allocate also the following levels and sublevels of the bank competition which it is possible to consider in practice (figure 2):

1) The main level - the competition between commercial banks (universal and specialized). Earlier between universal and specialized banks there was a considerable distinction which was explained by that for a number of operations legislative restrictions were entered. For example, such restrictions were entered in Great Britain at the beginning of the 30th years as reaction to huge number of bank crashes during 1929-1933 years. Profits of banks from separate specialized operations were so great that activity in other spheres was for them simply not obligatory.

With strengthening of the competition the tendency to a universalization of bank activity is more and more shown because "the bank supermarket" in the conditions of the market adapts for fluctuations of market conditions better, so and is more competitive.

2) Second level – competition of banks with non-bank credit and financial institutes (insurance companies, pension and investment funds, financial brokers, etc.).

3) Third level – competition of banks with non-financial structures (trading houses, mails, auto industrial enterprises, etc.).

Except these three levels it is possible to allocate two sublevels:

4) The individual competition where competitors are separate credit institutes;

5) The group competition when competitive groups of related credit institutes are formed. Research of the competitive environment of bank within the analysis of marketing needs environment to be directed on careful studying of the main competitors, working out information systems for their analysis.

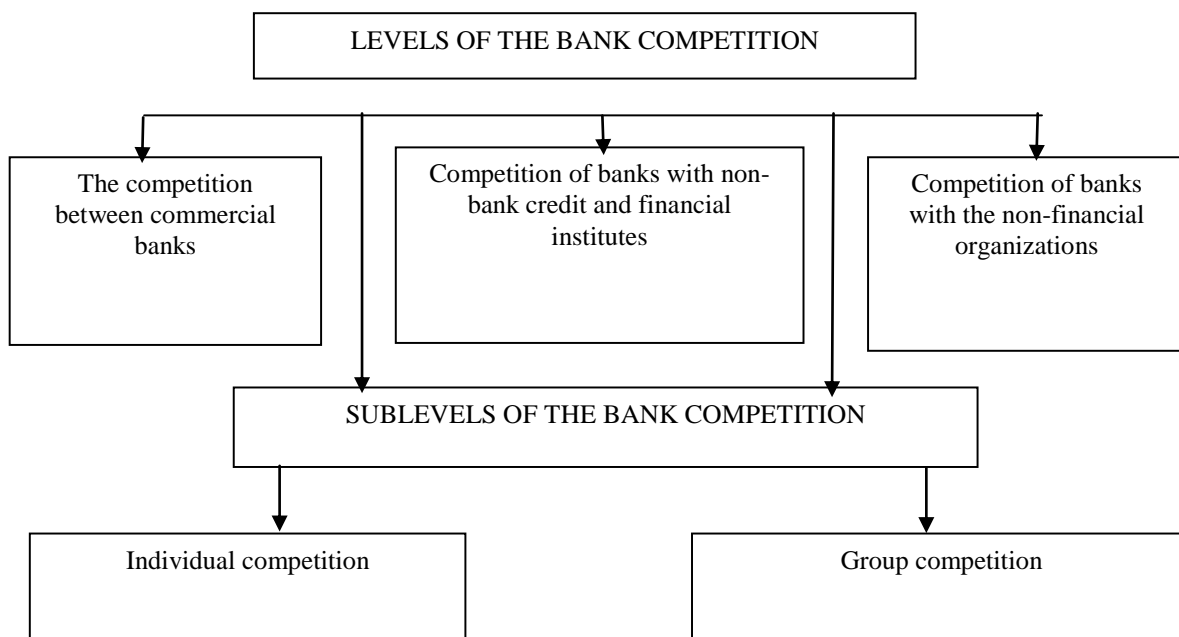


Figure 2 – Levels and sublevels of the bank competition

Therefore, the sphere of the bank competition is extensive, and the competitive environment is diverse and various.

Along with rivalry between commercial banks more and more serious competition they test from non-bank credit and financial institutes (insurance companies, financial brokers, pension funds, investment funds, the companies on release of credit cards, etc.), and also from the non-financial organizations (mail, trading houses, the enterprises of automobile industry, etc.). Universalization of banking and competition strengthening from other organizations led to fast development of conglomerates. Financial supermarkets, most likely, act as a prototype of financial institution of the future. It is necessary to allocate: the individual competition at which competitors are separate credit institutes, and the group competition when groups of related credit institutes act as competitors.

For banking business the competition of sellers and the competition of buyers has special value. The competition of sellers - their rivalry for the most favorable conditions of sale of goods (banking services). The competition of buyers - competition between them for access to these goods. Both of these forms usually coexist nearby. Their ratio in each concrete market is defined by the market position of sellers and buyers. So, in the market of the seller, where sellers can dictate to buyers the conditions (owing to no saturation of the market, its monopolization, etc.), the competition of buyers prevails. In the market of the buyer in which the last possess market force, more considerable, than sellers (for example, because of market glut by goods), the main form is the competition of sellers.

The banking market isn't something uniform, and represents a set of the private markets. Any bank can act both as the seller, and as the buyer. In the banking market now, at least, one sector - the market of the temporary rights on attracted credit resources is certain competitive, and the bank competition here acts in the form of buyers' competition.

From the point of view of separate credit institute bank branches act as sales markets. Among them:

- market of the credits (crediting);
- market of deposits (savings business, investment mediation);
- market of services (settlement and cash service, trust operations, other services).

Whether each credit institute has to define there will be it specialized or universal, to weigh advantages and disadvantages of alternative strategic decisions. It is known that universal banks *ceteris paribus* have the competitive advantage consisting in possibility of risk's dispersion on the wide range of realized goods. Therefore at the presence of serious financial resources the decision has to be made unambiguously in universalization's favor.

Branch competition, as we know, exists in two main forms:

- 1) subject competition;
- 2) specific competition.

The first competition arises between the banks using identical products. The specific competition takes place between the banks using banking products of one type (i.e. intended for the same purpose), but differing in important parameters any significantly.

The subject bank competition is developed in the field of mass assortment's service, being at its base the uniform. So, practically all commercial banks accept from the population deposits *postea restante*, savings, fixed deposits, etc. On these standardized services in different banks there are only price differences (different size of the interest rate). At the same time not all banking services are standardized. Many of them have individual character, are focused on the specific client's financial problems solution, in particular there are crediting of the enterprises where in each case conditions are defined by the credit agreement. There is the specific competition. Therefore, branch competition in banking exists generally in the form of the specific competition. It means that work out of new assortment units within an existing type doesn't yet guarantee competitive advantage if it isn't supported with measures for formation of consumer preferences.

The sector competition is worked out between the banks which interests weren't crossed earlier. It can be carried out, for example, in the form of the capital modulation. The competition by capital's modulation arises at change by bank of activity's profile or its diversification. In banking the modulation of the capital occurs at penetration of beginners on primordial banking markets, and also at attempts of banks to win itself the place in new branches.

As for the sector functional competition, in banking business it in fact doesn't meet. Certainly, separate banking services are capable to be substitutes of each other. For example, the substitute of introduction of money on the fixed deposit can be assignment to bank to enclose them in securities or precious metals in the form of coins or ingots, etc. This interchangeability matters not so much for the sector competition, how many for branch competition because in most cases the offer of similar services-substitutes concentrates in one hands.

Therefore, banking services have no competitive substitutes. When working out competitive strategy in the market of banking services for the population the Russian bankers should consider and availability of certain substitutes because in our country not enough got used to use of banking service. Commercial banks still should create demand for them, to make them actually irreplaceable as it already became norm in the developed countries.

Depending on used methods of the competition distinguish the price and not price competition. The price competition is carried out by the change in price. Not price competition is based on improvement of qualitative characteristics of the product and carrying out purposeful policy of its differentiation (including advertising and measures for sales promotion).

Feature of the price competition in the banking sector of economy is absence of clear interrelation of consumer cost of goods (banking service) and its price. But the framework in which the bank has possibility of considerable maneuvering by interest rates, level of commissions and tariffs for services, are quite elastic. In domestic practice buyers of banking services, especially if they are regular customers of bank, can influence in the course of negotiations the price, achieving essential discounts. Advantages of bank when carrying out the price competition can be:

- the accelerated preparation for providing new services at simultaneous decrease in their prime cost;
- control over a large number of market segments or clients;

- speed and availability of the service's acquisition accompanying it of service, rendering any additional services or consultations;
- reduction of life cycle of concrete services.

At the same time in banking it is worked the internal and external forces, narrowing possibilities of the price competition. So, interest rates can be exposed to the state influence - as to direct restriction (through establishment of the minimum and maximum rates, the fixed rates on soft loans subsidized by the state to certain categories of borrowers, limit margin on loans at the expense of the central bank credits, etc.), and to indirect regulation (for example, by measures of accounting policy, change of rates for refinancing, i.e. according on loans to commercial banks allowed by the central bank).

The necessity of the bank competition's state regulation is caused by special position of credit institutes in the economy, allowing significantly influencing on results of its functioning, and also strong dependence of banks' activity from psychological factors, trust of clients. Loss of the last to the separate credit institutions, been being not able to fulfill the obligations to clients, can extend on system as a whole. Loss of consumers' confidence in works' stability of credit institutes is capable to cause to economy huge damage that is visually observed in our country. Besides, limitation of the price competition in banking is defined by that there is a limit of percent below which the bank won't get any more profit. Therefore many banks seek not to compete in the field of banking services prices. The competition more and more accepts not price character.

Not price bank competition is connected, first of all, with changes of services' quality. Therefore definition of quality's criteria of the banking product is very important. So specialists of city "Sberbank" of the city of Cologne worked out quality's criteria from two positions:

- from the point of view of the client;
- from the point of view of the bank.

From the point of view of the client as criteria of bank service's quality act the service speed, timeliness of operations' implementation, bank business hours, quality of consultation (depth, active or passive character), the personal side of the relations with the bank, etc. The client compares the level of banking services' quality with their prices.

For bank the qualitative level of its functioning define: speed of internal working processes, level of the expenses connected with correction of mistakes, efficiency of activity's processes, nature of workers' motivation, labor productivity, degree of credit risk, etc., correlated to level of expenses for banking services' production.

Besides the general orientation to improvement of service's quality, banks is more widely used differentiation of the same services' quality depending on the price (usual and exclusive accounts), target clients (mass and individual services), sales channels (the services realized by bank machine guns, in bank divisions, in consulting center), etc.

The service of public opinion' studying carried out in Moscow and in twenty cities of Russia poll of 150 financial and commercial heads of the large Russian enterprises with the purpose to reveal the most important quality indicators of bank activity and in the light of it to define leaders in the sphere of banking services. Among respondents there were representatives of the leading industries' enterprises, the largest trading, transport, insurance companies, the foreign trade organizations and other firms.

According to its ideas of actual demands and problems of bank service participants of poll estimated the importance of bank activity's various criteria. As a whole distribution of answers to the question "What of commercial banks' indicators of work are most important for their clients?" looks thus (in % to total number of respondents; each respondent could give some answers therefore total amount of the last exceeds 100 %):

- reliable guarantees of safety of deposits – 72;
- speed and quality of service – 60;
- high quality and favorable conditions of currency transactions – 58;
- low interest for the credits – 53;
- completeness of information on the financial bank's state – 60;
- opportunity to obtain the large credits – 43;
- the good personal relations with the bank management – 37;
- width of a set of banking services – 55;
- strict observance of bank operations' secret – 45;
- height of percent on deposits – 30;
- convenience to clients of the arrangement of bank's branches – 26.

Self-assessments of respondents can be trusted as they are, as a rule, based on experience of business contacts of the enterprises' and firms' heads with these banks [2]. The author is sure that similar results would be and in case of carrying out such researches in Kazakhstan.

It can be confirmed with practice data. The main indicator of services' quality - the speed of carrying out calculations. Commercial banks by own efforts try to create flexible, reliable and multipurpose systems of carrying out interbank calculations. So, "People Bank of Kazakhstan", having rather extensive correspondent network, it is capable to carry out quickly transit calculations and out of the region. As a result the bank created highly effective system of interbank calculations which covers practically all country.

At the present stage it is possible to allocate three measurements of the competition: real prices, convenience to clients, trust of public.

The important condition of bank competitiveness' preservation consists on stability of work, profitability, consecutive development can count only those banks which don't oppose quantity of products to their quality, don't see in quality and in the price two irreconcilable categories. From here the strategic line of bank's conduct in market conditions is traced - high quality of service with accepted price for the client.

In the sphere of banking services viable in competitive fight there will be three categories of banks. The first are the large former special banks which are a little susceptible to innovation treat, but having high level of service and the personnel which has passed certain "school" (probably, "People Bank of RK"). To the second category it is necessary to rank banks which continued experiment in the sphere of banking services and have the priorities (rather "Kazkommertsbank" JSC). To the third category treat the banks working out services not on the order of elite clients, most often there are founders, and being guided to the individual client, to requirements of the market ("Kaspi bank" JSC can carry to this number of banks, most likely, "Home Credit Bank" JSC) [3].

Now in domestic practice of banking business particular importance got not only competitiveness of credit institutions, but also banking products. The concept "competitiveness" is part of broader concept "competition". If the bank unsuccessfully competes in the market, its production is noncompetitive. To the concept "competitiveness" there is a number of approaches. One of them following: competitiveness is the quality of the object characterizing degree of satisfaction of specific need in comparison with the best similar objects, presented in this market. We will give also other definition. Competitiveness is ability of the object to maintain the competition in comparison with similar objects in the conditions of the concrete market. Competitiveness of banking products is defined in comparison with products of one quality's level and, respectively, the price. Market perspectives of banking products are connected not only with their quality and expenses. The reasons of success or emergence failures in the market of the concrete product can be created by other factors: advertising activity of bank, its image, offered service's level, etc. However, as the specified aspects of bank's activity on ensuring competitiveness are important, the basis is quality and the price of banking products. The confidence creates also and level of clients' service.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Петрищева Т.С. Конкурентоспособность коммерческого банка и его продуктов: анализ и оценка. – СПб, 2005.
- 2 Кудашева Ю.С. Совершенствование методики оценки конкурентоспособности коммерческого банка. – Ставрополь, 2007.
- 3 Казахстанская фондовая биржа. – Режим доступа: <http://www.kase.kz/>

REFERENCE

- 1 Petrishheva T.S. Konkurentosposobnost' kommercheskogo banka i ego produktov: analiz i ocenka. – SPb, 2005.
- 2 Kudasheva Yu.S. Sovershenstvovanie metodiki ocenki konkurentosposobnosti kommercheskogo banka. – Stavropol', 2007.
- 3 Kazahstanskaya fondovaya birzha. – Rezhim dostupa: <http://www.kase.kz/>

ТҮЙІН

А.Т. Кайдарова
Инновациялық Еуразия университеті (Павлодар қ.)

Қазіргі жағдайларда коммерциялық банктің бәсекеге қабілеттілігі

Бұл мақалада коммерциялық банктердің бәсекеге қабілеттілігімен байланысты кейбір теориялық аспектілер қарастырылады. Сонымен қатар банк жүйесіндегі бәсекенің алуан түрлері және олардың коммерциялық банк қызметінің тиімділігіне ықпалы ұсынылған.

Түйін сөздер: *коммерциялық банк, банктік бәсеке, қаржы-несие институттары, банктің бәсекеге қабілеттілігі, қаржы нарығы.*

РЕЗЮМЕ

А.Т. Кайдарова
Инновационный Евразийский университет (г. Павлодар)

Конкурентоспособность коммерческого банка в современных условиях

В данной статье рассматриваются некоторые теоретические аспекты, связанные с вопросами конкурентоспособности коммерческих банков. Также представлены различные виды конкуренции в банковской среде и их воздействие на эффективность деятельности коммерческого банка.

Ключевые слова: *коммерческий банк, банковская конкуренция, финансово-кредитные институты, конкурентоспособность банка, финансовый рынок.*

УДК 336.201.2 (574)

Р.З. Мурзина, кандидат экономических наук
Инновационный Евразийский университет (г. Павлодар),

Е.И. Литвинова
ТОО «KazakhstanProject» (г. Павлодар)
E-mail: elen-litvinova@mail.ru

Платежеспособность предприятия: оценка и принятие решений

Аннотация. *В данной статье рассмотрено управление платежеспособностью предприятия в условиях рынка. Для изучения этого вопроса и решения возможных проблем, в статье предлагается использовать мероприятия по оценке, повышению, укреплению платежеспособности.*

Ключевые слова: *платежеспособность, ликвидность, дебиторская задолженность, финансовая устойчивость предприятия.*

Предприятия, функционирующие в условиях рыночной экономики, тесно взаимосвязаны между собой. При выборе партнеров одним из важнейших критериев построения взаимоотношений хозяйствующих субъектов является платежеспособность. Неплатежеспособное предприятие непривлекательно ни для поставщиков, ни для инвесторов, оно создает угрозу потери как собственных, так и привлеченных ресурсов. Исходя из различных подходов к оценке платежеспособности, платежеспособность следует трактовать как возможность предприятия своевременно расплачиваться по текущим обязательствам за счет ликвидных оборотных активов, при этом осуществляя бесперебойную текущую деятельность.

Оценка платежеспособности на определенную дату – это сопоставление оборотных активов и краткосрочной задолженности. При этом предприятие считается платежеспособным, если наблюдается положительная разница между суммой ликвидных оборотных активов и величиной краткосрочных обязательств, которая должна быть не менее стоимости запасов, необходимых для продолжения бесперебойной работы предприятия. Платежеспособность любого казахстанского предприятия подвержена множеству негативных влияний, которые в какой-то момент достигают своей «критической массы». Затем эти влияния трансформируются в неплатежеспособность, что неизбежно приводит хозяйствующий субъект к банкротству [1].

Актуальность темы подтверждается тем, что законы рыночной экономики требуют постоянного кругооборота средств в народном хозяйстве, основанного на платежеспособном спросе населения. В этих условиях определение финансовой устойчивости организации, важнейшим признаком которой являются платежеспособность и наличие ресурсов для текущей деятельности и развития, относится к числу наиболее важных финансовых и общеэкономических проблем. Если организация финансово устойчива, платежеспособна, она имеет преимущества перед другими в привлечении инвестиций, получении кредитов, подборе квалифицированных кадров.

Финансовая неустойчивость может привести к неплатежеспособности организаций, к недостатку у них денежных средств для финансирования операционной и инвестиционной деятельности, а при усугублении финансового состояния – к банкротству. И наоборот, неэффективное размещение финансовых ресурсов ставит препятствия на пути развития предприятий, отягощая их затратами и резервами. В современных условиях определение реального финансового состояния организации имеет важное значение для самих субъектов хозяйствования, акционеров и будущих потенциальных инвесторов. В настоящее время нормативно-правовая база анализа и оценки финансовой устойчивости организаций в целом и, в частности в свете платежеспособности, недостаточно разработана.

К внешним факторам воздействия относят достижения техники, всеобщую глобализацию промышленных и финансовых рынков, колебания цен, операционные издержки, изменения в законодательстве, усиление конкуренции и другие факторы. Среди внутренних факторов, от которых зависит качественный уровень принимаемых финансовых решений, необходимость обеспечения ликвидности предприятия, не расположенность субъектов финансового управления к риску, невысокий

уровень специального образования финансовых менеджеров, возникающие противоречия их интересов и интересов собственников [2].

Оценивая основные внутренние факторы, влияющие на платежеспособность предприятия необходимо обратить внимание на их всесторонний характер, охватывающий объекты анализа, виды деятельности, квалификацию кадров, форму собственности и т.д. Основные внешние факторы – это факторы, связанные с неуклонным развитием казахстанской и мировой экономики в целом. Глобализация рынков, достижения науки и практики, конкуренция с одной стороны дают хозяйствующим субъектам массу возможностей, а с другой – требуют более пристального внимания менеджмента всех уровней к управлению финансами. Искусство финансового управления заключается в сочетании действий и решений по обеспечению устойчивого текущего положения предприятия, его платежеспособности и ликвидности, а также перспектив развития, подкрепленных долгосрочными источниками финансирования, формирующими структуру активов. Оперативное реагирование на изменение внешних и внутренних факторов – обязательное требование для эффективного финансового управления. Целью современного финансового анализа является прогнозирование неблагоприятных ситуаций, в том числе и неплатежеспособности предприятия [3].

Платежеспособность определяет возможность предприятия своевременно расплачиваться по краткосрочным обязательствам с помощью ликвидных оборотных активов и одновременно продолжать бесперебойную деятельность. Это предполагает, что оборотные активы в форме дебиторской задолженности и части запасов могут быть превращены в денежные средства, достаточные для погашения краткосрочных долгов, числящихся на балансе предприятия. Положительная разница между стоимостью ликвидных оборотных активов и величиной краткосрочной задолженности должна быть не менее стоимости запасов, необходимых для продолжения бесперебойной деятельности, т.е. для обеспечения одного цикла кругооборота средств. Формирование выручки от продаж в конце цикла сопровождается формированием новых оборотных активов в форме запасов дебиторской задолженности и денежных средств. Следовательно, оценка платежеспособности на определенную дату – это сопоставление стоимости оборотных активов и краткосрочной задолженности. Одним из условий, позволяющих считать предприятие платежеспособным, является превышение стоимости оборотных активов над суммой краткосрочной задолженности.

Показатель, оценивающий уровень платежеспособности предприятия, – коэффициент общей ликвидности как частное от деления стоимости оборотных активов на сумму краткосрочных долгов. Традиционный коэффициент общей ликвидности рассчитывается по данным баланса. Такой расчет коэффициента позволяет оценить платежеспособность лишь при условиях, что все оборотные активы, числящиеся на балансе, ликвидны. Это означает:

1. Балансовые запасы могут быть превращены в денежные средства, равные по сумме стоимости запасов.
2. Дебиторская задолженность полностью поступает в форме денежных средств в сроки, соответствующие срокам погашения краткосрочных долгов [4].

Если состояние оборотных активов, числящихся на балансе, отвечает названным требованиям, то коэффициент общей ликвидности, рассчитанный по балансовым данным, отражает реальный уровень платежеспособности предприятия и может служить базой оценки достаточности или недостаточности такого уровня. Если состояние балансовых оборотных активов не отвечает названным требованиям, для расчета коэффициента общей ликвидности необходима предварительная корректировка балансовой стоимости оборотных активов.

Запасы, отраженные по балансовой стоимости, надо оценить по возможной продажной стоимости. Тогда балансовая стоимость запасов может оказаться выше реальной за счет более низкой продажной стоимости по сравнению с балансовой, а также в результате того, что часть запасов вообще не может быть продана, так как на нее нет спроса. С другой стороны, если продажная стоимость запасов превышает их балансовую оценку, реальная стоимость запасов превысит балансовую. Все эти факторы могут действовать одновременно, если речь идет о всей совокупности запасов. На стоимость отдельных видов запасов оказывает влияние лишь один из перечисленных факторов. В расчет реального коэффициента общей ликвидности принимается реальная стоимость запасов, т.е. действительная величина ликвидных запасов.

Ликвидность числящейся на балансе дебиторской задолженности оценивается с учетом следующих обстоятельств. Если у предприятия имеется дебиторская задолженность со сроком погашения, превышающим 12 месяцев, она вообще не должна приниматься в расчет платежеспособности, т. к. по существу представляет внеоборотные активы и не может быть превращена в денежные средства в сроки, установленные для погашения краткосрочной задолженности. Кроме того, в составе дебиторской задолженности, поступление которой ожидается в течение 12 месяцев, может быть безнадежная. Речь в данном случае идет не о юридически признанной безнадежной задолженности, а об экспертной оценке специалистами предприятия практической возможности получения денежных средств от дебиторов. Таким образом, реальная, ликвидная дебиторская задолженность может оказаться ниже балансовой на величину долгосрочных долгов дебиторов и безнадежной дебиторской задолженности, имеющей краткосрочный характер.

Реальная стоимость запасов и дебиторской задолженности – это составляющие реального коэффициента общей ликвидности. Он рассчитывается как частное от деления суммарной величины реальной стоимости оборотных активов на балансовую краткосрочную задолженность предприятия. Полученный таким образом показатель позволяет ответить на вопрос о действительном соотношении потенциальных денежных средств предприятия с его краткосрочными долгами. Именно к этому показателю в качестве минимального предъявляется требование, чтобы он превышал единицу. Превышение единицы еще не означает, что предприятие платежеспособно, но если реальный коэффициент общей ликвидности ниже единицы, это безоговорочно свидетельствует о неплатежеспособности и вероятности превращения его краткосрочной задолженности в просроченную [5].

Далее следует вопрос, в какой мере коэффициент должен превышать единицу. Напомним, что превышение необходимо в качестве условия бесперебойной деятельности предприятия одновременно с погашением долгов. Иными словами, оставшиеся после погашения краткосрочной задолженности оборотные активы должны быть по стоимости не менее необходимых запасов, позволяющих осуществить цикл деятельности и получить выручку от продажи. Следовательно, нужно определить размер необходимых запасов. Необходимые запасы, предполагают наличие в каждый момент времени сырья, материалов, незавершенного производства готовой продукции, достаточных для обеспечения непрерывности производства и сбыта. Размер необходимых запасов зависит от условий поставок и транспортировок материальных ресурсов, длительности цикла деятельности предприятия, стоимости материальных ресурсов, а также величины страхового запаса, экспертно определяемого специалистами предприятия исходя из практики нарушений поставщиками и транспортными организациями договорных сроков поставок материальных ресурсов.

Расчет величины необходимых запасов индивидуален для каждого предприятия и каждого периода. Эта величина в конечном счете определяется как произведение однодневных материальных затрат на число дней, в течение которых затраты должны обеспечиваться собственными запасами до новых поступлений материальных ресурсов. Однодневные материальные затраты можно рассчитать исходя из материальных затрат на производство продукции за период с корректировкой на изменение цен на приобретаемые материалы, а также конкретных условий деятельности, если они имеют место [6].

Количество дней складывается из числа дней интервалов между поставками, длительности доставки транспортом, технологического цикла деятельности предприятия, а также страхового запаса, рассчитанного на возможные нарушения в периодичности поставок, цикла деятельности и т. д.

Определив таким образом стоимость необходимых запасов, можно ответить на вопрос, какой суммой оборотных активов должно располагать предприятие, чтобы их было достаточно и для погашения долгов, и для продолжения работы. Частное от деления суммарной величины необходимых запасов и краткосрочную задолженность можно рассматривать как минимально необходимый для данного предприятия уровень коэффициента общей ликвидности. Сравнение его с уровнем реального коэффициента позволяет ответить на вопрос, является ли предприятие платежеспособным: если реальный коэффициент выше или равен минимально необходимому, предприятие платежеспособно [7].

Проведение расчетов очень важно не только по фактическим данным предприятия. Гораздо важнее произвести их для планового периода, чтобы своевременно принять меры по повышению платежеспособности до необходимого уровня. Чтобы реальный и необходимый коэффициенты общей ликвидности были как минимум равны друг другу, нужен либо более низкий необходимый коэффициент, либо более высокий реальный. Существуют следующие возможные способы достижения равенства коэффициентов: увеличение стоимости ликвидных оборотных активов при сохранении величины краткосрочной задолженности; снижение стоимости необходимых запасов при сохранении величины краткосрочной задолженности; снижение величины краткосрочной задолженности при сохранении стоимости ликвидных оборотных активов и необходимых запасов; одновременное использование всех перечисленных способов.

Очевидно, что платежеспособностью предприятия можно управлять. При этом необходимо учитывать, что проблемы поддержания платежеспособности хозяйствующего субъекта сопряжены с решением целого ряда задач оперативного и стратегического управления деятельностью предприятия [8].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Ефимова О.В., Мельник М.В. Анализ финансовой отчетности. – Москва, 2011. – 365 с.
- 2 Артеменко В.Г., Беллендир М.В. Финансовый анализ: учебное пособие. – Москва, 2007. – 421 с.
- 3 Бабич А.М., Павлова Л.Н. Финансы: учебник. – Москва: Ин ФБК-Пресс, 2007. – 278 с.
- 4 Большаков С.В. Финансы предприятий: теория и практика: учебник. – Москва: Книжный мир, 2007. – 432 с.
- 5 Дюсембаев К.Ш. Анализ финансового положения предприятия: учебник. – Алматы: Экономика, 2008. – 512 с.
- 6 Васильева Л.С., Петровская М.В. Финансовый анализ: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим специальностям. – Изд. 2-е. – Москва: КноРус, 2007. – 804 с.

- 7 Жарковская Е.П., Бродский Б.Е. Антикризисное управление. – Изд. 3-е. – Москва, 2006. – 355 с.
8 Алексеева А.И., Васильев Ю. В., Малеева А.В., Ушвицкий Л.И. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие для студентов. – Изд. 2-е. – Москва: КноРус, 2009. – 687 с.

REFERENCES

- 1 Efimova O.V., Mel'nik M.V. Analiz finansovoy otchetnosti. – Moskva, 2011. – 365 s.
2 Artemenko V.G., Bellendir M.V. Finansovyy analiz: uchebnoe posobie. – Moskva, 2007. – 421 s.
3 Babich A.M., Pavlova L.N. Finansy: uchebnik. – Moskva: In FBK-Press, 2007. – 278 s.
4 Bol'shakov S.V. Finansy predpriyatiy: teoriya i praktika: uchebnik. – Moskva: Knizhnyy mir, 2007. – 432 s.
5 Dyuseмбаев К.Ш. Analiz finansovogo polozheniya predpriyatiya: uchebnik. – Almaty: Yekonomika, 2008. – 512 s.
6 Vasil'eva L.S., Petrovskaya M.V. Finansovyy analiz: uchebnik dlya studentov vysshih uchebnyh zavedeniy, obuchayushhihsya po yekonomicheskim special'nostyam. – Izd. 2-е. – Moskva: KnoRus, 2007. – 804 s.
7 Zharkovskaya E.P., Brodskiy B.E. Antikrizisnoe upravlenie. – Izd. 3-е. – Moskva, 2006. – 355 с.
8 Alekseeva A.I., Vasil'ev Yu. V., Maleeva A.V., Ushvickiy L.I. Kompleksnyy yekonomicheskiy analiz hozyaystvennoy deyatel'nosti: uchebnoe posobie dlya studentov. – Izd. 2-е. – Moskva: KnoRus, 2009. – 687 s.

ТҮЙІН

Р.З. Мурзина, экономика ғылымдарының кандидаты
Инновациялық Еуразия университеті (Павлодар қ.),
Е.И. Литвинова
«KazakhstanProject» ЖШС (Павлодар қ.)

Кәсіпорынның төлем қабілеттілігі: бағалау және шешім қабылдау

Бұл мақалада нарық жағдайларында кәсіпорынның төлем қабілеттілігін басқару қарастырылған. Осы мәселені зерделеу және мүмкін болатын проблемаларды шешу үшін мақалада төлем қабілеттілікті бағалау, арттыру, нығайту бойынша іс-шараларды пайдалану ұсынылады.

Түйін сөздер: төлем қабілеттілік, өтімділік, дебиторлық берешек, кәсіпорынның қаржы тұрақтылығы.

RESUME

R.Z. Murzina, Candidate of Economic Sciences
Innovative University of Eurasia (Pavlodar),
E.I. Litvinova
LLC «KazakhstanProject» (Pavlodar)

Financial responsibility of the enterprise: estimating and making of decision

This article is dedicated to the management of financial responsibility of the enterprise under the market conditions. For studying this issue and solving the problem, this article offers the certain measures on estimating, raising and strengthening the financial responsibility.

Key words: financial responsibility, current position, debit debt, financial strength of the enterprise.

УДК 330.332

М.А. Мустафина

Инновациялық Еуразия университеті (Павлодар қ.)

E-mail: mustafina_madi@mail.ru

Инвестициялық әлеуеті бойынша Қазақстан аймақтарын саралау

Аннотация. Осы мақалада қарастырылып жатқан мәселе өзекті мәселелер қатарына жатады, себебі инвестициялау тартымдылық деңгейі белсенді инвестициялау қызметінің басты шарты болып

табылады. Осыған байланысты бұл экономиканың әлеуметтік-экономикалық дамуына, жалпы мемлекетке және аймақтар үшін де маңызды болады. Мақалада Қазақстан аумақтарын инвестициялау белсенділігінің деңгейі бойынша дифференциалау мәселелері қарастырылып, оларды инвестициялау тартымдылығы және инвестициялау әлеуеті бойынша топтастыруы берілген.

Түйін сөздер: инвестициялар, инвестициялау әлеуеті, инвестициялау тартымдылығы, инвестициялау саласы.

Соңғы кезге дейін экономиканың аймақтық инвестициялау ерекшеліктеріне көп мән беріле қоймайтын. Бірыңғай халықшаруашылық кешені жағдайында осындай жағдай одақтық орталықтың басқаруына негізделген. Бұрынғы одақтас республикалары жеке субъектілері болмай, объектілері болатын. Орталық капиталдық салымдарды қайда жұмсау мәселесін өзі шешетін. Аймақтың инвестициялау мүдделерін және экономикалық тиімділік критерийлерін ескермей, геосаяси және басқа факторлары қарастырылатын.

Орталықтандырылған капиталдық салымдарды бөлу мезанизмі әкімшілік–басқарушылық жүйесінің логикасына сәйкес болған немесе капиталды құю механизмін үлестірген. Қаржы ресурстарының маңызды бөлігі одақтық бюджетте болатын, одақтық бюджет, одақтық орталық өз еркімен бөлетін, мемлекеттік капиталдық салымдарының негізгі көзі (90 % астам) болатын [1].

Қазақстан Республикасында аймақтардың дербестігі болмаған. Капиталдық салымдарды қалыптастыру аумақтық қаржы көздерінің рөлі төмен болатын. Республика аумағында мемлекеттік бюджеттен ортақталған инвестициялау қаржыларды бөлу орын алған үйлеспеулерді асқындыратын. Себебі мемлекеттік инвестициялау қолдаудың басым бағыттары болмай, оларды анықтау және жүзеге асыру нақты концепциясы болмаған.

Нарықтық жағдайда жағдай түбегейлі өзгерген: капиталдық салымдардың қаржыландыру аймақтық қаржыландыру көздері кеңейіп жатыр. Осындай жағдайда аймақтың инвестициялау мүмкіндіктері жоғылаған сайын, экономикадағы трансформациялық төмендеу жойылады және тұрақтылық және экономикалық өсу қамтамасыз етеді.

Инвестициялау стратегиясында жаңа тәсілдерді қолдану арқылы түрлі инвестициялау нарығын толықтыру көздерін қайта қарастыру керек, жалпы, аймақтық ерекшеліктерін ескере отырып, инвестициялаудың рөлін қайта анықтау керек. Қазіргі уақытта республиканың аймақтары инвестициялау белсенділігі деңгейінің төмендеуімен, инвестициялау саласында сапалық өзгерістерімен, инвестициялау нарығын қалыптастыру ерекшеліктерімен сипатталады. Шартты түрде оларды үш топқа біріктіруге болады.

Жағымды инвестициялау климатымен ерекшеленетін, Алматыдан басқа, қазақстанның басқа аймақтары негізгі үш топтар бойынша бөлінеді, олардың әрқайсысы инвестициялау климатының ерекшеліктерімен сипатталады.

Жоғары потенциалы және жоғары тәуекелдік деңгейі бар бірінші топқа екі ең кәсіптік дамыған аймақтар кіреді – Қарағанды және Шығыс–Қазақстан облыстары. Қарағанды облысында инвесторлар үшін жағымды жағдайлары қалыптасқан. Осы аймақтарда инвестициялау климатын жақсартуды қоршаған ортаның жағдайын жақсарту арқылы мүмкін.

Қазақстан Республикасы қоршаған ортаны және табиғи ресурстары министрлігінің мәліметтері бойынша республикамыздың өндірістік дамыған аймақтары арасында атмосфераны ластайтын барлық шығарулардың жартысынан асқан үлесі осы аймақтарға (Қарағанды облысы - 47,7 %, Шығыс-Қазақстан - 10,4 %) келеді.

Керісінше, шектеулі инвестициялау потенциалын, төмен тәуекелдік деңгейімен қоса, ең көпсанды қазақстандық аймақтар тобы құрайды, оларға Астана қ., Ақтөбе, Жамбыл, Батыс–Қазақстан, Қызылорда, Маңғыстау, Солтүстік–Қазақстан және Оңтүстік–Қазақстан облыстары жатады.

Осы топты Қазақстанның жаңа астанасы – Астана қаласы басқарады. Ресейдегідей, астананың минималдық тәуекелдігі болып, осы өлшем бойынша Алматыдан да озып кеткен. Астананы көшіргеннен соң, Астана қаласы қарқынды дамып, инвестициялау белсенділікке ұшырады. Шектеулі потенциал салдары анықталды, инфрақұрамның дамуы қарқынды өсуге жете алмайды. Астананың жаңа аудандарының коммуналдық шаруашылығы орталықтандырылмаған, сумен қамтамасыз ету проблемалары пайда болды.

Топтың басқа аймақтыры көбінесе ауыл шаруашылық және кен өндіру өнеркәсібіне мамандандырылады. Осы аймақтарда инвестициялау климатын жақсартуы олардың қайта өндіру салаларын дамыту негізінде потенциалын көтеруіне байланысты. Топтың басқа аймақтыры көбінесе ауыл шаруашылық және кен өндіру өнеркәсібіне мамандандырылады. Осы аймақтарда инвестициялау климатын жақсартуы олардың қайта өндіру салаларын дамыту негізінде потенциалын көтеруіне байланысты.

Инвестициялау ресурстармен қамтамасыз етілу деңгейі бойынша Қазақстан Республикасы облыстарының топталуы 1 кестесінде көрсетілген.

1 кестесі - Инвестициялау ресурстармен қамтамасыз етілу деңгейі бойынша Қазақстан Республикасы облыстарының топталуы

Топ	Топтың сипаттамасы	Топтағы облыстың рейтингі	Облыстар
1	төмен дефициттік	1–ден 6–ға дейін	Ақтөбе, Атырау, Маңғыстау, Алматы қ.
2	орта дефициттік	6,1–ден 9–ға дейін	Ақмола, Алматы, Шығыс-Қазақстан, Батыс-Қазақстан, Қарағанды, Павлодар
3	жоғары дефициттік	9–дан астам	Жамбыл, Қостанай, Қызылорда, Солтүстік-Қазақстан, Оңтүстік-Қазақстан

Қазақстан жағдайларында ең тиімді орынды келесі облыстарынан құралған топ алады: Павлодар, Қостанай, Атырау және Алматы облыстары. Осы облыстардың жоғары потенциал және біркелкі тәуекелдік деңгейі бар. Осы облыстар тобын Павлодар облысы басқарады. Экономиканың балансирилген құрамы кен өндіру, қайта өндіру салаларымен және жергілікті биліктің, бизнесті дамыту үшін жағымды жағдайды қалыптастыру саясатын біріктіретін, инвестициялау үшін тартымды аймаққа айналдырады. Қазақстан Республикасы табиғи монополияларды реттеу, бәсекелестікті қорғау және шағын бизнесті қолдау Агенттігі Павлодар облысын, Астана және Алматы қалаларымен қатар, кәсіпкерлікті дамыту көрсеткіштері тобына қосты.

2 кестесінде көрсетілген басқа Қазақстан аймақтарын дифференциялауын, Қазақстандағы инвестициялау климатын бағалау барысында жасалған, ресейлік «Эксперт РА» рейтингтік агенттігі ұсынады. Бағалау жүргізу барысында қазақстандық инвестициялау климатының ресейлік климатынан ерекшеліктері анықталды [2].

2 кестесі - Қазақстан аймақтары инвестициялау тартымдылығының рейтингі*

Аймақ	Инвестициялау тартымдылығының рейтингі	Потенциал рейтингі	Тәуекелдік рейтингі
Алматы қаласы	1	1	2
Астана қаласы	2	8	1
Оңтүстік-Қазақстан облысы	3	7	5
Павлодар облысы	4	4	11
Қарағанды облысы	5	2	15
Ақтөбе облысы	6	10	7
Солтүстік-Қазақстан облысы	7	13	4
Қостанай облысы	8	5	13
Атырау облысы	9	6	12
Шығыс-Қазақстан облысы	10	3	16
Қызылорда облысы	11	16	3
Маңғыстау облысы	12	14	6
Жамбыл облысы	13	11	10
Ақмола облысы	14	12	9
Алматы облысы	15	9	14
Батыс-Қазақстан облысы	16	15	8

*Мәлімет көзі: ресейлік «Эксперт-РА» рейтингтік агенттігінің мәліметтері

Ресейде келесі заңға сыйымдылық байқалады: аймақ потенциалы төмедеген сайын, тәуекелдік деңгейі де төмендейді. Қазақстанда инвестициялау потенциалының өсуі тәуекелдік деңгейі өсуімен сипатталады. Ресейде рангтерді корреляциялау және аймақ тәуекелдік коэффициенті 0,41 құрса, Қазақстанда осы көрсеткіш керісінше -0,39 көрсеткішін құрайды. Жалпыреспубликалық экономикадан барлық тұрғылардан, Ресейдегі Мәскеу сияқты артық тұратын, Алматыны ескермегенде, Қазақстан аймақтары үшін рангтерді корреляциялау және аймақ тәуекелдік коэффициенті -0,65 көрсеткішін құрайды.

Сонымен қатар инвесторлар үшін Қазақстанның күшті минералдық-шикізат базасы, ауыр өндірісі және біліктілік деңгейі жоғары еңбек ресурстары тартымды болатыны анықталған. Осы себептен рейтингтің бірінші бөлігіне осы факторлары бар барлық аймақтар кірген. Алматы қаласы өзінің асталық дәрежесінен айырылғанына қарамастан, инвестициялау потенциалы бойынша лидер болып қалады. Қаланың күшті еңбек, тұтыну, инфрақұрамдылық потенциалына ие болып, Қазақстанның қаржы астанасы болып есептеледі [2].

Алматының жақсы қаржы көрсеткіштері қалада ірі компанияларының орталық офистері орналасуына (мәскеулік жағдайға тең жағдай) байланысты. Нақты инвестициялар өндіру орналасқан

аймақтарға салынады. Алматыдағы «виртуалдық» немесе «офистік» инвестициялар Астана көшуін бастады.

Келесі топқа ресурстармен қамтамасыз етілген, дамыған ірі өндірістік облыстар –Қарағанды және Шығыс–Қазақстан облыстары кіреді. Қарағанды облысы көмір–металлургиялық базасы, ал Шығыс–Қазақстан облысы республикамыздық түсті металлургиялық базасы болып атбылады. Осы екі аймақтардың потенциалының қарқынды озып кетуі оларға бақа ірі облыстарының кіруіне байланысты. Қарағанды облысы құрамына Жезқазған облысы кірді, ал Шығыс–Қазақстан облысы құрамына Семей облысы кірді.

Әрі қарай жалпыреспубликалық потенциалында үлесі бойынша озып түсумен, Павлодар облысы басқаратын, аймақтардың негізгі тобы орналасқан. Тұрғындар саны аз болғанына қарамастан, Павлодар облысы өндірудің бірінесе қатарларында монополиялық орынды (Қазақстан бойынша жалпы көлемнің 35 %) алады: көмірді өндіру, электэнергияны өндіру, алюминий тотығын өндіру, феррокорытпаны және тракторларды шығару. Облыста инфрақұрылым жақсы құралған, нарық экономиканың институттары дамыған, еңбек ресурстарының сапасы жоғары. РҒА география Институтының мәліметтері бойынша Павлодар облысы аумағында Қазақстандағы халыққа өмір сүру табиғи–климаттық ең жақсы жағдайлары қалыптасқан.

Инвестициялау потенциалы бойынша Павлодар облысына жақын орналасқан Қостанай облысында да жоғары ресурстық–шикізат птенциалы бар. Қостанай облысында қазақстандық боксидтерінің 100 %, ал темір кенінің 83 % өндіріледі. Атырау облысында мұнайды өндіру және күкіртті өндіру негізгі бөлігі жүзеге асырылады. Халық саны жоғары Оңтүстік –Қазақстан облысында мұнайды қайта өндіру ең ірі кәсіпорындар орналасқан.

Рейтингтің бірінші бөлігін Астана қаласы жабады. Тұрғындар саны бойынша Астана соңғы орындарының бірін алады (соңғы орынды Маңғыстау қаласы алады). Осыған қарамастан Астана қаласының жоғары инновациялық және инфрақұрамдық потенциалы қалыптасқан. Халықтың табыс деңгейі жоғары болғасын, тұтыну потенциалы да жоғары көрсеткішке жетеді.

Ақмола облысында жақсы инфрақұрамдық және инновациялық потенциалы бар. Алматы облысында – еңбек, ал Солтүстік–Қазақстан облысында – инфрақұрамдылық потенциалы қалыптасқан. Солтүстік–Қазақстаноблысы монополизм деңгейі бойынша республикамызда бесінші орынды алады. Қызылорда облысында телефонизациялау деңгейі өте жоғары. Төмен соммалық инвестициялау потенциалына қарамастан, Маңғыстау облысында шағын бизнесінің даму қарқындығы өте жоғары. Жамбыл облысынан Қазақстанда өндірілетін барлық барит шығады. Ақтөбе облысында бүкіл қазастандық хромит кені және феррокорытпалардың ширегінен астам бөлігі өндіріледі. Батыс – Қазақстан облысында барлық қазақстандық газының жартысынан астам бөлігі өндіріледі.

Потенциалды есептеуде қолданған, аймақтарды кейбір индикативтік көрсеткіштері бойынша бөлуі төмендегі 3 кестеде көрсетілген. Бірінші бес лидерлардың қатарына тек Алматы қаласы кіреді. Ең жиі (бес рет «нысанаға тию») лидерлер қатарына Павлодар, Қарағанды облыстары кіреді. Олардың кейін Астана және Шығыс–Қазақстан облыстары орналасқан, олар төрт рет кездеседі.

3 кестесі - Қазақстан аймақтарының инвестициялау потенциалы*

Аймақ	аймақтың Қазақстандық жиынтық инвестициялау потенциалындағы үлесі (%)	Инвестициялау потенциалын құратындарының рейтингі							
		минералдық-шикізаттық	еңбек	өндіру	тұтыну	қаржы	инфрақұрамдылық	институционалдық	инновациялық
Алматы қаласы	20,40	11	1	3	1	3	1	1	8
Қарағанды облысы	12,68	1	2	1	3	1	15	3	2
Шығыс–Қазақстан облысы	11,61	2	3	2	2	2	8	2	3
Павлодар облысы	6,09	4	7	4	7	7	5	6	9
Қостанай облысы	6,02	3	6	5	5	6	7	5	11
Атырау облысы	5,37	5	15	6	13	5	6	14	4
Оңтүстік–Қазақстан облысы	5,13	14	4	12	4	4	13	4	14
Астана қаласы	4,69	15	13	10	6	13	2	12	1
Алматы облысы	4,38	13	5	7	8	8	10	7	7

3 кестенің жалғасы

Ақтөбе облысы	4,18	7	11	8	11	11	9	10	10
Жамбыл облысы	3,99	6	8	15	9	10	12	11	15
Ақмола облысы	3,70	10	9	11	14	16	3	9	5
Солтүстік–Қазақстан облысы	3,33	16	10	9	10	14	4	8	12
Маңғыстау облысы	3,18	8	16	14	16	9	11	16	6
Батыс–Қазақстан облысы	2,94	9	12	13	12	15	14	15	13
Қызылорда облысы	2,30	12	14	16	15	12	16	13	16

* Мәлімет көзі: ресейлік «Эксперт-РА» рейтингтік агенттігінің мәліметтері

Аймақтардың рейтингтегі топтасуы олардың географиялық орналасуына байланысты болады. Республикамыздың инвестициялау потенциалы негізгі бес зоналар бойынша бөлінеді:

1. Орталық-Шығыс зонасында (Қарағанды, Павлодар, Шығыс-Қазақстан облыстары) Қазақстанның инвестициялау потенциалының 30 % астамы орналасқан. Мұнда инвесторлар үшін тартымды болып көмір өндіру, электрэнергетика, қара және түсті металлургия, ауыр машинажасау салалары анықталады.

2. Оңтүстік-Шығыс зонасы (Алматы қ. және Алматы облысы) – оның үлесі республикамыздың инвестициялау потенциалының 25 % құрайды. Осы зонада тағам өндіру, жеңіл, фармацевтикалық өндіріс және машинажасау салалары дамыған. Зона жоғары тұтынушы потенциалымен және дамыған нарықтық инфрақұрамымен сипатталады.

3. Солтүстік зонасы (Астана қ., Ақмола, Қостанай және Солтүстік–Қазақстан облыстары) – қазақстанның инвестициялау потенциалының 18 % құрайды. Осы зонаның ең тиімді көлкіткі-географиялық орналасуы және экономиканың дамыған инфрақұралымы бар. Мұнда боксидтер және темір кені өндіріледі. Тұтыну потенциалы өсуде. Инвесторлар үшін ауыл шаруашылығы да тартымды сала болып табылады.

4. Батыс зонасы (Ақтөбе, Атырау, Маңғыстау және Батыс-Қазақстан облыстары) – жалпы республикалық потенциалының 16 % құрайды. Мұнда мұнайөндіру, газды өндіру салалары дамыған. Олардың Қазақстан экономикасында атқаратын рөлі жылдан–жылға өсіп келе жатыр.

5. Оңтүстік зонасы (Қызылорда, Жамбыл және Оңтүстік–Қазақстан облыстары) – жалпы потенциалының 11 % құрайды. Мұнда ауыл шаруашылық, мұнай өндіру, тағам өндіру, химиялық өндіру, алтынды және баритті өндіру салалары.

Салалық дифференцияцияны қарастырсақ, соңғы жылдары Қазақстанның аймақтық инвестициялау саясатының кен өндіру смаласына бағытталғанын байқаймыз. Осы салалардың қатарында бірінші орынды мұнай өндіру алады. Инвестициялаудың ең үлкен үлесі (потенциалмен салыстырғанда) бес аймақтарға жұмсалған. Олар инвестицияланған аймақтары, олардың ішінде төртеуі (Батыс–Қазақстан, Атырау, Ақтөбе, Маңғыстау облыстары) мұнайгаздыөндіру перспективті аймақтары болып табылады. Оларға жақын тұратын мұнайгазды өндірумен айналысатын Қызылорда облысы тұрады. Мұнда инвестициялау потенциалының тек 18 % орналасқанына қарамастан, осы облыстар соңғы жылдарда бүкіл республикалық инвестицияларының 51 % аккумуляирлеген. Ең жоғары инвестициялау қарқындығына жана республикамыздың Астанасы ие болып жатқаны баршамызға мәлім.

Керісінше, инвестициялау потенциалының 57 % алатын, аймақтардың бірінші бестігіне (Алматы қаласы, Қарағанды, Павлодар, Шығыс-Қазақстан және Қостанай облыстары – осы аймақтар инвестициялар үшін ең тартымды аймақтары болып табылады) соңғы екі жылда Қазақстан экономикасына жұмсалған инвестицияларының үштен бір бөлігі ғана жұмсалған.

ПАЙДАЛАНҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1 Гришина И., Шахназаров А., Ройзман И. Комплексная оценка инвестиционной привлекательности и инвестиционной активности регионов: методика определения и анализ взаимосвязей // Инвестиции в России. – 2011. – № 4.

2 Рейтинг инвестиционной привлекательности регионов Казахстана // Эксперт. – 2011. – № 37 (279).

REFERENCES

1 Grishina I., Shahnazarov A., Roizman I. Kompleksnaya ozhenska investizhionoi privlekatelnosti i investizhionoi aktivnosti regionov: metodika opredeleniya i analiz vzaimosvyazei // Investizhii v Rossii. – 2011. – №4.

2 Reiting investizhionoi privlekatelnosti regionov Kazahstana // Expert. – 2011. – № 37 (279).

РЕЗЮМЕ**М.А. Мустафина***Инновационный Евразийский университет (г. Павлодар)****Дифференциация регионов Казахстана по инвестиционному потенциалу***

Актуальность темы данной статьи во многом обусловлена тем, что степень инвестиционной привлекательности является определяющим условием активной инвестиционной деятельности, а следовательно, и эффективного социально-экономического развития экономики, как для государства в целом, так и на уровне регионов. В статье рассмотрены вопросы дифференциации регионов Казахстана по уровню инвестиционной активности, представлена их группировка по уровню инвестиционной привлекательности и инвестиционному потенциалу.

Ключевые слова: *инвестиции, инвестиционный потенциал, инвестиционная привлекательность, инвестиционная сфера.*

RESUME**M.A. Mustafina***Innovative University of Eurasia (Pavlodar)****Differentiation of regions of Kazakhstan on the investment potential***

Relevance of the topic of this article is the degree of investment attractiveness is a prerequisite for active investment activity and, consequently, the effective socio-economic development of the economy, both for the state as a whole, and at the regional level. This article describes how to differentiate regions of Kazakhstan in terms of investment activity, represented by their grouping in terms of investment attractiveness and investment potential.

Keywords: *investments, investment potential, investment attractiveness, investment sphere.*

УДК 330.341.4**А.Е. Мухамеджанов**

ГУ «Управление экономики и бюджетного планирования Павлодарской области» (г. Павлодар),

Р.А. Хисматуллин, кандидат экономических наук

Инновационный Евразийский университет (г. Павлодар)

E-mail: 87782272592@mail.ru

Промышленность как основа экономики Павлодарской области

Аннотация. *В статье рассматриваются основные аспекты и тенденции развития промышленности в регионе. Сделан вывод о том, что состояние и уровень развития промышленности для Павлодарской области является одним из важнейших показателей конкурентоспособности в силу существующей промышленной ориентации экономики.*

Ключевые слова: *промышленность, индустрия, экономика, анализ.*

Промышленность – важнейшая отрасль народного хозяйства, оказывающая решающее воздействие на уровень развития производительных сил общества. Ведущая роль промышленности определяется тем, что она обеспечивает все отрасли экономики орудиями труда и новыми материалами, служит наиболее активным фактором научно-технического прогресса и расширенного воспроизводства в целом.

Павлодарская область – индустриальный и экономически развитый регион страны. Здесь сосредоточены мощный промышленный комплекс, богатые природные ресурсы, солидный научный, культурный и человеческий потенциал.

Основу экономики Павлодарской области составляет промышленность, удельный вес которой в общереспубликанском объеме промышленного производства составляет в среднем 7 %. В ней занято больше четверти работающего населения области и создается 41,5 % валового регионального продукта области [1].

На территории региона сложился многоотраслевой промышленный комплекс, ориентированный на использование природных ресурсов и развитие базовых отраслей промышленности (таблица 1).

Промышленный потенциал региона определяют крупные экспортоориентированные промышленные компании, которые производят уголь, электро и теплоэнергию, глинозем, ферросплавы.

В Павлодарской области имеется достаточный потенциал для развития предприятий машиностроительной и металлообрабатывающей отраслей. Кроме того, регион располагает сырьевой базой и производственными мощностями по переработке сельхозпродуктов [2].

Таблица 1 – Основные экономические показатели развития промышленности Павлодарской области за 2008-2012 годы [3]

Показатели	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.
Объем промышленного производства, млн тенге	714344	550941	843970	964739	1202392
Индексы физического объема промышленной продукции, в % к предыдущему году	104,0	99,3	115,2	103,4	103,0
Доля продукции промышленности области в общереспубликанском объеме промышленного производства, %	7,0	6,0	7,0	6,1	7,1
Число промышленных предприятий	863	865	904	947	995
Доход от основной деятельности, млн тенге	58728	86673	212168	241234	120705
Индекс цен предприятий-производителей области, в % к предыдущему году	151,6	84,0	119,9	115,7	99,3
Инвестиции в основной капитал промышленных предприятий – инвесторов области:					
- в млн тенге	108230	130195	141396	162651	206175
- в % к предыдущему году	106,5	114,4	102,6	108,0	120,6
Уровень рентабельности промышленности	14,9	18,5	33,7	32,9	10,8

Источник: Агентство РК по статистике

Структура промышленности Павлодарской области имеет прочную ресурсную базу. В целом структура характеризуется преобладанием сырьевых отраслей, то есть предприятий, производящих промежуточную продукцию (уголь, глинозем, ферросплавы). Их доля в среднем составляет 60 %. Высока доля электроэнергетики (25,2 %), продукция которой имеет промежуточное положение между сырьем и потребительским товаром (рисунок 1).

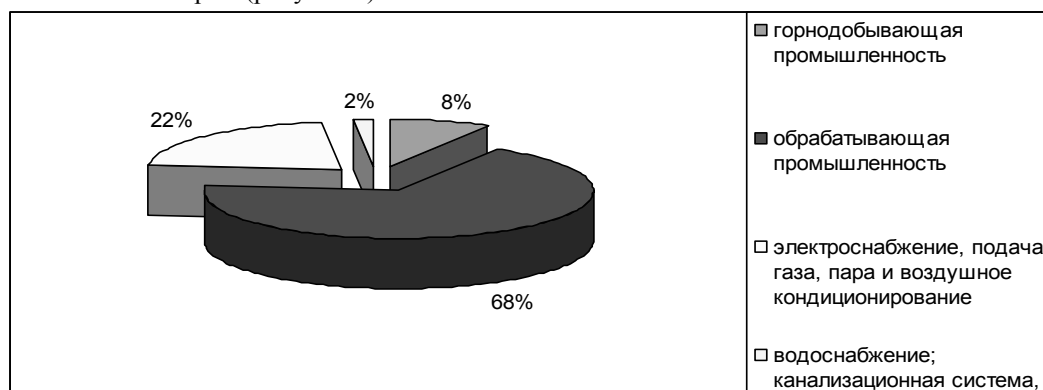


Рисунок 1 – Отраслевая структура промышленности Павлодарской области в 2012 году [3]

Доминирующим в экономике области является металлургический комплекс Павлодарской области, который производит около половины объемов промышленного производства региона (таблица 2).

Таблица 2 – Производство продукции металлургической промышленности за 2010-2012 годы [3]

Наименование показателя	2010 г.		2011 г.		2012 г.	
	млрд тенге	ИФО, %	млрд тенге	ИФО, %	млрд тенге	ИФО, %
Металлургическая промышленность	431,1	120,0	457,5	103,7	400,5	93,9

Отрасль представлена черной и цветной металлургией. Номенклатура продукции, выпускаемой предприятиями металлургического комплекса, следующая: глинозем, алюминий необработанный,

бесшовные трубы, арматурный прокат, сталь, ферросилиций, галлий, ферросиликохром, феррохром, ферросиликомарганец, огнеупорная глина. Отрасль металлургии представлена рядом крупнейших предприятий: Аксуский завод ферросплавов – филиал АО «ТНК Казхром», ПФ ТОО «Кастинг», ПФ ТОО «KSP Steel», АО «Алюминий Казахстана», АО «Казахстанский электролизный завод».

Около 3,5 % объема обрабатывающего производства в экономике области приходится на долю нефтеперерабатывающей промышленности. Нефтехимическая отрасль представлена АО «Павлодарский нефтехимический завод» (таблица 3).

Таблица 3 – Производство продукции нефтехимической промышленности за 2010-2012 годы [3]

Наименование показателя	2010 г.	2011 г.	2012 г.
Производство нефтепродуктов, млрд тенге	36,9	47,1	248,7
ИФО производства нефтепродуктов, %	114,9	93,1	109,4
Производство нефтепродуктов, тыс. тонн	4722	4466	4894,5

В нефтехимической промышленности стоит задача увеличения объемов переработки нефти. В период с 2010 по 2012 год объемы переработки нефти увеличились с 4,8 млн тонн нефти до 5,04 млн тонн [4].

Химический комплекс региона является многоотраслевым, включающим нефтехимию, лакокрасочную продукцию, производство удобрений, и занимает всего около 1,0 % объема обрабатывающего производства (таблица 4).

Таблица 4 – Производство продукции химической промышленности за 2010-2012 годы [3]

Наименование показателя	2010 г.		2011 г.		2012 г.	
	млрд тенге	ИФО, %	млрд тенге	ИФО, %	млрд тенге	ИФО, %
Химическая промышленность	4,9	340,8	9,4	147,2	13,7	125,1

С 2010 – 2012 годы объемы производства продуктов химической промышленности выросли с 4,9 млрд тенге до 13,7 млрд тенге. Доля отрасли в обрабатывающей промышленности за последние два года увеличилась вдвое: с 0,87 % в 2010 году до 1,67 % в 2012 году [4].

Химический комплекс Павлодарской области также представляет АО «Каустик», которое основано на базе Павлодарского химического завода. Основной вид деятельности предприятия – производство химической продукции.

В области реализован проект «Строительство и организация производства хлора и каустической соды мембранным методом мощностью 30 тыс. тонн в год в городе Павлодар». Это новое современное производство каустической соды и хлора с применением новейших производственных технологий мирового уровня по мембранной технологии, экологически чистое по сравнению с другими существующими, аналогов в Республике Казахстан нет.

Реализация данного проекта позволяет повысить устойчивость работы химической отрасли, обеспечить потребности отечественного рынка в собственном химическом сырье по каустик на 80 %, хлору, соляной кислоте и гипохлориту натрия – на 100 %.

Продолжается развитие фармацевтической отрасли, которая представлена единственным предприятием – ТОО ФК «Ромат». В данной отрасли выпуск продукции в 2010 году составил 357,3 млн тенге (125,4 %) и к 2012 году увеличился в 2 раза – до 711,4 млн тенге (140,8 %).

Производство лекарственных средств на территории Павлодарской области осуществляет ТОО «Павлодарский фармацевтический завод», который является филиалом ТОО «Ромат». В номенклатуре производимой продукции фармацевтического завода препараты различных терапевтических групп: витамины, противомикробные и сердечно-сосудистые препараты, жаропонижающие, противотуберкулезные и противодиабетические средства. В их число входят как аналоги известных препаратов, так и оригинальные препараты собственных разработок [4].

Доля машиностроения области составляет 8,5 % в обрабатывающем производстве. Сектор машиностроения представлен АО «Павлодарский машиностроительный завод», АО «Песчанский ремонтно-механический завод», ТОО «Казахстанская вагоностроительная компания» и малыми предприятиями (таблица 5). По итогам 2012 года произведено продукции на сумму 88,4 млрд тенге (200,5 %), что выше уровня 2010 года (37,0 млрд тенге) в 2,4 раза [4].

В настоящее время в области функционирует более 30 предприятий строительной индустрии различных форм собственности. Ими производятся мягкие кровельные материалы, теплоизоляционные материалы, железобетонные изделия и конструкции, металлоконструкции, лакокрасочная продукция, силикатный и керамический кирпич.

Таблица 5 – Основные виды выпускаемой продукции машиностроения за 2010-2012 годы

Наименование показателя	2010 г.	2011 г.	2012 г.
Краны мостовые и козловые, штук	95	133	121
Провода и кабели изолированные, тыс. км.	28,5	30,4	28,4
Вагоны грузовые, штук	114	5	1700

В строительной индустрии индекс физического объема в 2012 году составил 111,2 % (9,7 млрд тенге). Выпуск различных видов строительных материалов составил: товарного бетона 631,5 тыс. тонн (125,4 %), кирпичей керамических – 82,4 тыс. тонн (179,9 %), извести – 98,5 тыс. тонн (76,4 %), изделий кровельных – 8,8 млн кв. м (71,6 %), минераловатных изделий – 5,4 тыс. тонн (104,3 %), металлоконструкций строительных – 3,1 тыс. тонн (94,5 %), двери, окна из пластмасс – 1284,9 тонн (104,7 %), лесоматериалов – 470,2 тыс. куб. м (497,0 %) [4].

За 6 месяцев 2013 года наблюдается рост производства: лесоматериалов – 37,9 тыс. куб. м (100,9 %), деревянных окон, дверей – 10,5 тыс. кв. м (118,0 %), извести – 43,4 тыс. тонн (180,5 %), бетона товарного – 85,3 тыс. тонн (107,4 %), изделий кровельных – 1,0 млн кв. м (113,5 %).

Производство строительных материалов в Павлодарской области имеет исходную сырьевую базу для перспективного развития. В области существует более 80 месторождений сырья, которые требуют освоения. Учитывая большие запасы разведанных месторождений строительного сырья, а также имеющиеся мощности по их добыче и переработке, область в полном объеме может обеспечить себя данными материалами.

Развитие жилищного и промышленного строительства позволит сформировать рынок заказов, что соответственно послужит развитию предприятий строительной индустрии, расширению ассортимента выпускаемой продукции и внедрению современных технологий. Предлагаем в планируемой индустриальной зоне привлечь предпринимателей по организации производства строительных материалов, по которым имеется дефицит.

Легкая промышленность представлена предприятиями малого и среднего бизнеса. Средние предприятия: ТОО «ДЭКО» (производство швейных изделий), ТОО «ИртышСпецодежда» (производство швейных изделий), ТОО «Павлодарское учебно-производственное предприятие казахского общества слепых» (производство спецодежды, фильтров к чехлам, швейных изделий), ТОО «Жас-Булак» (производство спецодежды, головных уборов, обуви), ОО «Союз инвалидов войны в Афганистане города Павлодара», ТОО «Технопром».

Доля легкой промышленности в структуре обрабатывающей промышленности области составляет 0,2 %. Имеющийся потенциал предприятий легкой промышленности может частично удовлетворить спрос населения в различных видах легкой одежды и трикотажных изделий, в то же время потребность региона в данной продукции обеспечивается в основном за счет дешевых импортных товаров.

Дальнейшее развитие отраслей возможно при расширении и освоении новых видов товаров народного потребления, что требует значительных оборотных средств, необходимых для приобретения современного оборудования и сырья.

Угольную промышленность региона представляют предприятия, которые ведут добычу каменного угля на Экибастузском каменноугольном месторождении (ТОО «Богатырь Комир», разрез «Восточный АО «ЕЭК», ТОО «Ангренсор-Энерго»), а также добычу бурого угля (лигнита) Майкубенского бассейна (ТОО «Гамма», ТОО «Майкубен-Вест»). Угольная промышленность имеет высокую концентрацию запасов угля.

В горнодобывающей отрасли объем добычи каменного угля и лигнита увеличился с 2010 по 2012 год с 71,0 млн тонн до 75,4 млн тонн [4].

Основное влияние на показатели всей отрасли оказывает предприятие ТОО «Богатырь Комир», удельный вес которого в горнодобывающей промышленности – 55,5 %.

Электроэнергетика является базовой отраслью экономики региона. Энергетическими предприятиями области вырабатывается около 45 % электрической энергии республики (таблица 6).

Таблица 6 – Динамика производства электро- и теплоэнергии за 2010-2012 годы [3]

Наименование показателя	Единица измерения	2010 г.	2011 г.	2012 г.
Электроэнергия	млрд кВт. час	36,6	38,8	41,2
Тепловая энергия	млн Гкал	15,7	15,6	16,0

Проводимая работа по модернизации и реконструкции ресурса энергоблоков энергетических станций позволила увеличить выработку электроэнергии в 2012 году на 5,7 % против 2011 года (38,9 млрд кВтч) (таблица 7).

Потребление электроэнергии Павлодарской области составило 18,2 млрд кВтч или 44,2 % от общего объема выработки, поставка в другие регионы республики – 22,2 млрд кВтч (53,8 %), экспорт в Российскую Федерацию – 0,8 млрд кВтч (2,0 %) [4].

Таблица 7 – Объем выработки электроэнергии в разрезе станции за 2011-2012 годы [3]

Электростанции	2011 г.	2012 г.	Темп роста, %
ТОО «Экибастузская ГРЭС-1»	13,4	15,1	112,7
АО «ЕЭК» (Аксуская ГРЭС)	13,8	14,3	103,6
АО «Станция ГРЭС-2»	5,9	6,1	103,4
ТЭЦ-2, ТЭЦ-3, ЭТЭЦ (АО «Павлодарэнерго»)	3,2	3,2	100,0
АО «Алюминий Казахстана» (ТЭЦ-1)	2,5	2,5	100,0
Итого	38,8	41,2	105,7

В целом, следует отметить, что положительным тенденциям развития промышленности области способствовала активизация инвестиционной деятельности в рамках Государственной программы по форсированному индустриально-инновационному развитию Республики Казахстан на 2010-2014 годы [5].

В рамках индустриально-инновационного развития Павлодарской области до 2015 года с целью ускоренного развития экономики региона на основе внедрения высокопроизводительных инновационных технологий предполагается решение следующих задач в промышленном комплексе региона:

- модернизация действующих производств горнодобывающей промышленности;
- развитие обрабатывающих отраслей экономики;
- модернизация действующих производств металлургической промышленности, выпускающих продукцию с высокой добавленной стоимостью, обеспечивающих рост производства высокотехнологичной продукции;
- увеличение объемов производства химической продукции, создание новых производств и насыщение внутреннего рынка конкурентоспособной химической продукцией отечественного производства;
- увеличение объема выпуска фармацевтической продукции и освоение новых видов производств;
- увеличение объемов производства продукции в машиностроении и создание новых видов производств;
- увеличение объемов переработки нефти углубленным методом;
- увеличение производства строительных материалов, изделий и конструкций и освоение выпуска новых видов продукции для обеспечения потребности внутреннего рынка;
- насыщение внутреннего рынка продукцией легкой промышленности;
- обеспечение электроэнергией потребности экономики.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Статистический сборник «Социально-экономическое развитие Павлодарской области». – Режим доступа: <http://pavlodarstat.kz/files/publikacii/doklad/2012/md12.rar>.
- 2 Статистический сборник «Павлодарская область в 2012 году». – Режим доступа: http://pavlodarstat.kz/clicks/clicks.php?folder=5&uri=pavlodarstat.kz/files_a/870ebfc0c30f56d1afa557c751aefcb4.rar.
- 3 Статистический сборник «Промышленность Павлодарской области 2008-2012». – Режим доступа: http://pavlodarstat.kz/clicks/clicks.php?folder=5&uri=pavlodarstat.kz/files_a/c96e868e64524949883fd228d98306e4.rar.
- 4 Итоги социально-экономического развития Павлодарской области. – Режим доступа: http://www.econompavl.gov.kz/admin/upload/files/Ser_2012/Econom.politika.Itogi.SER.2012.12.rus.zip.
- 5 Карта индустриализации // Сайт ГУ «Управление индустриально-инновационного развития Павлодарской области». – Режим доступа: http://www.innovations.pavlodar.gov.kz/index.php?option=com_content&view=article&id=73&Itemid=77&lang=ru.

REFERENCES

- 1 Statisticheskiy sbornik «Social'no-yekonomicheskoe razvitie Pavlodarskoy oblasti». – Rezhim dostupa: <http://pavlodarstat.kz/files/publikacii/doklad/2012/md12.rar>.
- 2 Statisticheskiy sbornik «Pavlodarskaya oblast' v 2012 godu». – Rezhim dostupa: http://pavlodarstat.kz/clicks/clicks.php?folder=5&uri=pavlodarstat.kz/files_a/870ebfc0c30f56d1afa557c751aefcb4.rar.
- 3 Statisticheskiy sbornik «Promyshlennost' Pavlodarskoy oblasti 2008-2012». – Rezhim dostupa: http://pavlodarstat.kz/clicks/clicks.php?folder=5&uri=pavlodarstat.kz/files_a/c96e868e64524949883fd228d98306e4.rar.
- 4 Itogi social'no-yekonomicheskogo razvitiya Pavlodarskoy oblasti. – Rezhim dostupa: http://www.econompavl.gov.kz/admin/upload/files/Ser_2012/Econom.politika.Itogi.SER.2012.12.rus.zip.

5 Karta industrializacii // Sayt GU «Upravlenie industrial'no-innovacionnogo razvitiya Pavlodarskoy oblasti». – Rezhim dostupa: http://www.innovations.pavlodar.gov.kz/index.php?option=com_content&view=article&id=73&Itemid=77&lang=ru.

ТҮЙІН

А.Е. Мұхамеджанов

«Павлодар облысының экономика және бюджеттік жоспарлау басқармасы» ММ (Павлодар қ.),

Р.А. Хисматуллин, экономика ғылымдарының кандидаты

Инновациялық Еуразия университеті (Павлодар қ.)

Өнеркәсіп Павлодар облысы экономикасының негізі ретінде

Мақалада өңірдегі өнеркәсіп дамуының негізгі аспектілері мен беталыстары қарастырылады. Өнеркәсіптің даму жағдайы мен деңгейі Павлодар облысы үшін экономиканың едәуір өнеркәсіптік бағытында бәсекеге қабілеттілігінің маңызды көрсеткіштерінің бірі болып табылады деген қорытынды жасалды.

Түйін сөздер: өнеркәсіп, индустрия, экономика, талдау.

RESUME

A.E. Mukhamedzhanov

GS «Department for Economics and Budget Planning of Pavlodar Region» (Pavlodar),

R.A. Hismatullin, *Candidat of economical sciences*

Innovative University of Eurasia (Pavlodar)

Industry as a basis of economic of Pavlodar region

In this article the main aspects of the development of industry in the region are discussed. The results of the analysis suggest that the state of development of the industry for Pavlodar region is one of the most important indicators of competitiveness due to considerable industrial orientation of the economy.

Keywords: industry, manufacture, economy, analysis.

УДК 330.33:332.1 (574.25)

Ж.Д. Нурғалиева

Колледж Инновационного Евразийского университета (г. Павлодар)

E-mail: zhuldyz.knowledge@mail.ru

Региональные аспекты развития малого и среднего бизнеса в Павлодарской области

Аннотация. *В статье рассмотрены основные направления и результаты государственной поддержки малого и среднего бизнеса в Павлодарской области.*

Ключевые слова: *малый и средний бизнес, предпринимательство, государственная поддержка.*

Государственная поддержка частного предпринимательства представляет собой комплекс государственных мер по стимулированию развития частного предпринимательства, созданию благоприятных правовых, экономических и социальных условий для реализации предпринимательской инициативы в Республике Казахстан.

Согласно Закону «О частном предпринимательстве» субъекты частного предпринимательства - физические и негосударственные юридические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность.

Основными целями государственного регулирования частного предпринимательства являются создание благоприятных условий для развития частного предпринимательства и защита интересов государства и прав потребителей.

Основными принципами государственного регулирования частного предпринимательства являются:
- гарантия свободы частного предпринимательства (разрешено осуществление любых видов деятельности, не запрещенных законодательством Республики Казахстан) и обеспечение его защиты и поддержки;

- равенство всех субъектов частного предпринимательства на осуществление предпринимательской деятельности;
- гарантия неприкосновенности и защиты частной собственности (собственности субъектов частного предпринимательства);
- приоритет развития малого предпринимательства в Республике Казахстан;
- участие субъектов частного предпринимательства в экспертизе проектов нормативных правовых актов, затрагивающих интересы частного предпринимательства;
- участие субъектов частного предпринимательства в Национальной палате предпринимателей Республики Казахстан.

Субъекты частного предпринимательства относятся к следующим категориям:

- субъекты малого предпринимательства;
- субъекты среднего предпринимательства;
- субъекты крупного предпринимательства.

Субъектами малого предпринимательства являются индивидуальные предприниматели без образования юридического лица и юридические лица, осуществляющие частное предпринимательство, со среднегодовой численностью работников не более пятидесяти человек и среднегодовым доходом не свыше шестидесятикратного месячного расчетного показателя, установленного законом о республиканском бюджете и действующего на 1 января соответствующего финансового года.

К компетенции Правительства Республики Казахстан относится: разработка основных направлений государственной политики в области поддержки и развития частного предпринимательства; формирование государственной системы поддержки частного предпринимательства и т.д.

К компетенции уполномоченного органа по предпринимательству относится: осуществление государственной политики поддержки и развития частного предпринимательства; организация и координация выполнения государственных мер поддержки и развития малого предпринимательства и т.д.

В свою очередь, к компетенции местных исполнительных органов относится: реализация государственной политики поддержки и развития частного предпринимательства; создание условий для развития частного предпринимательства и т.д.

Государственная поддержка и развитие малого предпринимательства осуществляются путем:

- 1) оказания финансовой поддержки;
- 2) организации сети центров поддержки малого предпринимательства;
- 3) организации деятельности бизнес-инкубаторов;
- 4) передачи субъектам малого предпринимательства в доверительное управление или аренду не используемых более одного года объектов государственной собственности.

Финансовая поддержка субъектов малого предпринимательства осуществляется путем: закупа гарантированного объема товаров (работ, услуг); организации кредитования через банки второго уровня; выдачи государственных грантов для организации и реализации социально значимых проектов в отраслях экономики; предоставления займов за счет бюджетных средств; субсидирования ставки вознаграждения по кредитам, выдаваемым финансовыми институтами, субъектам частного предпринимательства; частичного гарантирования кредитов субъектов частного предпринимательства; лизинга.

Центры поддержки малого предпринимательства создаются в целях вовлечения населения в частное предпринимательство, создания новых субъектов малого предпринимательства.

Бизнес-инкубаторы создаются для оказания содействия в становлении и развитии субъектов малого предпринимательства.

Субъектам малого предпринимательства могут передаваться в доверительное управление или аренду не используемые более одного года объекты государственной собственности для организации производственной деятельности и сферы услуг, за исключением торгово-посреднической деятельности.

Государственная поддержка частного предпринимательства осуществляется по следующим основным направлениям:

- совершенствование законодательства по вопросам регулирования частного предпринимательства;
- создание и развитие центров поддержки частного предпринимательства, бизнес-инкубаторов, технологических парков, индустриальных зон и других объектов инфраструктуры частного предпринимательства;
- учебно-методологическое, научно-методическое и информационное обеспечение деятельности субъектов частного предпринимательства за счет бюджетных средств;
- финансовая поддержка частного предпринимательства [1].

Павлодарская область – высокоразвитый индустриально-аграрный регион Казахстана, который занимает ведущие позиции в стране в отраслях черной и цветной металлургии, угледобыче, электроэнергетике, нефтепереработке. Область дает 44 % вырабатываемой в Казахстане электроэнергии, 45 % бензина, около 65 % всего добываемого угля, три четверти выплавляемых ферросплавов, весь глинозем, а теперь производит первый казахстанский алюминий.

Обладая гигантскими запасами полезных ископаемых, выгодным географическим положением, развитой экономикой, транспортно-коммунальной сетью, высококвалифицированными кадрами, область имеет огромные резервы для ускоренного развития и успешно их использует [2].

ГУ «Управление предпринимательства и торговли» Павлодарской области (далее Управление), является государственным органом РК, осуществляющим реализацию государственной политики поддержки и развития частного предпринимательства, а также торговли в регионе.

Управление осуществляет свою деятельность в соответствии с Конституцией РК, Законами РК, актами Президента и Правительства РК, акимата и акима области, иными нормативными правовыми актами, а также Положение о государственном учреждении «Управление предпринимательства и торговли Павлодарской области», утвержденное 10 февраля 2014 года.

Основными полномочиями и задачами управления являются:

- создание благоприятных условий для эффективного развития предпринимательства на территории области;
- проведение государственной политики, направленное на эффективное развитие малого и среднего бизнеса;
- реализация на региональном уровне Государственных программ «Занятость-2020» и «Дорожная карта бизнеса 2020»;
- оказание содействия субъектам предпринимательства Павлодарской области в реализации инвестиционных проектов в рамках государственных программ «Дорожная карта бизнеса-2020», «Занятость-2020»;
- формирование основных приоритетов и направлений политики региона в сфере предпринимательства;
- содействие и развитие предпринимательства на селе и т.д.

Основными функциями являются:

- осуществление прав владения и пользование государственным пакетом акций акционерных обществ и долями участия в ТОО, субъекта права государственных юридических лиц, в случаях, предусмотренных актами акимата и акима области, иными нормативными правовыми актами, в том числе принятие решений в их отношении;
- осуществление в соответствии с полномочиями координации деятельности в сфере торговли;
- участие в разработке и реализация государственных и отраслевых программ;
- разработка стратегических планов по предпринимательству и торговле Павлодарской области;
- реализацию бюджетной программы по развитию частного предпринимательства «Дорожная карта бизнеса-2020»;
- организация микрокредитования и обучение населения в рамках второго направления Программы занятости 2020 в регионе;
- установление и постоянное развитие связей с общественностью через средства массовой информации;
- организация конкурса-выставки «Лучший товар Казахстана» [3].

Одним из основных направлений в экономике Павлодарской области является развитие малого и среднего бизнеса в регионе.

Доля малого и среднего бизнеса (МСБ) в структуре валового регионального продукта в 2012 году по сравнению с 2011 годом выросла с 20,6 % до 22,6 %.

Наблюдается рост показателей, характеризующих развитие малого и среднего бизнеса в регионе. На 1 сентября 2013 года в области по статистическим данным зарегистрировано 29,0 тыс. активных субъектов малого и среднего бизнеса, что больше соответствующего периода прошлого года на 9 %.

В структуре активных субъектов преобладает доля индивидуальных предпринимателей – 78,4 %, крестьянские и фермерские хозяйства – 10,4 %, юридические лица малого и среднего предпринимательства – 11,2 %.

Численность людей, занятых в сфере малого и среднего предпринимательства, составила 119,9 тыс. человек, что больше аналогичного периода прошлого года на 1,4 %.

По состоянию на 1 сентября 2013 года субъектами МСБ было произведено продукции на сумму 224,1 млрд тенге, что больше соответствующего периода прошлого года на 21,9 %.

На 1 сентября 2013 года от субъектов МСБ в бюджет области поступило налогов на сумму 40,2 млрд тенге, в сравнении с аналогичным периодом показатель вырос на 6,9 % [4].

С 1991 года в Казахстане реализовано шесть государственных программ по поддержке и развитию МСБ. В настоящее время реализуется «Дорожная карта бизнеса 2020».

Реализация государственной программы «Дорожная карта бизнеса 2020» в Павлодарской области по состоянию на 1 апреля 2014 года

Дорожная карта бизнеса 2020 – это правительственная программа, направленная на поддержку бизнеса предпринимателей в приоритетных секторах экономики и экспортоориентированных производств (валютная выручка). Цель программы – обеспечение роста предпринимательства в несырьевых секторах экономики, а также сохранение действующих и создание новых рабочих мест.

«Дорожная карта бизнеса 2020» является важным инструментом реализации политики развития предпринимательства и его инновационной составляющей. Сегодня она стала эффективным инструментом поддержки регионального предпринимательства. По реализации Программы «Дорожная карта бизнеса 2020» Павлодарская область занимает лидирующую позицию в республике.

Благодаря мерам государственной поддержки в рамках Программы создано более 4000 новых рабочих мест. Всего с начала реализации Программы «Дорожная карта бизнеса 2020» из республиканского бюджета выделено 11,6 млрд тенге, в том числе:

- в 2010 году – 0,4 млрд тенге;
- в 2011 году – 1,7 млрд тенге (ИКИ – 730,7 млн тенге);
- в 2012 году – 3,0 млрд тенге (ИКИ – 2,370 млрд тенге);
- в 2013 году – 3,8 млрд тенге (ИКИ – 1,7 млрд тенге).

В 2014 году на реализацию Программы «Дорожная карта бизнеса 2020» из республиканского бюджета выделено 4 407,587 млн тенге, из них:

- субсидирование процентной ставки по кредитам – 2530,9 млн тенге;
- предоставление гарантий по кредитам – 70,0 млн тенге;
- грантовое финансирование – 15,0 млн тенге;
- развитие производственной (индустриальной) инфраструктуры – 1 731,287 млн тенге;
- сервисная поддержка ведения действующего бизнеса – 60,4 млн тенге.

С начала реализации Программы региональными координационными советами одобрен 501 проект на общую сумму 74,2 млрд тенге.

По первому направлению «Поддержка новых бизнес-инициатив» одобрено 478 проектов на сумму 58,1 млрд тенге, из них:

- по субсидированию процентной ставки по кредитам – 406 проектов на общую сумму, подлежащую субсидированию, 51,1 млрд тенге. С начала 2014 года одобрено 22 проекта, в 2013 году – 153 проекта, в 2012 году – 140 проектов, в 2011 году – 82 проекта, в 2010 году – 9 проектов.

- по частичному гарантированию кредитов – 31 проект на сумму гарантий 849,1 млн тенге. В 2014 году одобрено 3 проекта, в 2013 году – 15 проектов, в 2012 году – 11 проектов, в 2011 году – 2 проекта.

- по развитию инженерно-коммуникационной инфраструктуры одобрено 26 проектов на общую сумму 6,13 млрд тенге. В 2013 году одобрено 10 проектов, в 2012 году – 11 проектов, в 2011 году – 5 проектов.

- по грантовому финансированию в настоящее время одобрено 15 проектов на сумму 45 млн тенге.

По второму направлению «Оздоровление предпринимательского сектора» Программы в 2010 – 2011 г.г. одобрено Рабочей комиссией 14 проектов и подписано 14 Договоров субсидирования на сумму 10 млрд тенге. С 1 января 2012 года – данное направление Программы прекращено.

По третьему направлению «Снижение валютных рисков» всего одобрено 9 проектов на сумму 6,13 млрд тенге. В 2013 году одобрено 6 проектов, в 2012 году – 2 проекта, в 2011 году – 1 проект.

По четвертому направлению за весь период оказано 5 283 сервисные услуги. В 2013 году оказано 1895 сервисных услуг на сумму 34,3 млн тенге, за 2012 год – 1613 сервисных услуг на сумму 45 млн тенге, за 2011 год – 709 сервисных услуг на сумму 35,8 млн тенге, за 2010 год – 1066 сервисных услуг на сумму 37,5 млн тенге.

В рамках Программы 34 предпринимателя приняли участие в проекте «Обучение топ-менеджмента МСБ» на базе Бизнес школы «Назарбаев Университет». В 2013 году обучено 13 человек, за 2012 год – 9 человек, за 2011 год – 12 человек.

В проекте «Деловые связи» приняли участие 80 предпринимателей, в т.ч. 17 предпринимателей, из которых 5 человек прошли стажировку в Германии и 12 – в США. В 2013 году обучен 21 человек, за 2012 год – 19 человек, за 2011 год – 40 человек.

В рамках проекта «Бизнес-Советник» прошли тренинг-обучение 4 721 начинающий и действующий предприниматели, в том числе в 2012 году – 817 человек, в 2013 году – 904 человека.

С начала 2014 года обучено 519 человек, в 2013 году – 904 человека, за 2012 год – 817 человек, за 2011 год – 786 человек, за 2010 год – 956 человек, за 2009 год – 739 человек.

В рамках компонента «Старшие Сеньоры» обучен – 1 человек. Данный компонент реализуется с 2013 года.

В результате реализации Программы сохранено более 30 тысяч рабочих мест и создано более 4 тысяч рабочих мест, из них:

- в 2010 году сохранено 1414, создано 87 рабочих мест;
- в 2011 году сохранено 10522, создано 1122 рабочих места;
- в 2012 году сохранено 11040, создано 1418 рабочих мест;
- в 2013 году сохранено 7512, создано 1865 рабочих мест.

Продолжает активно работать трехуровневая система развития предпринимательства:

- 1) на областном уровне Центр обслуживания предпринимателей на базе регионального филиала АО «ФРП «Даму»; сервисная компания ТОО «Центр развития предпринимательства и инноваций»;
- 2) в городах и районах – Центры поддержки предпринимательства;

3) в сельских округах – Мобильные центры поддержки предпринимательства.

Данными Центрами развития предпринимательства осуществляются услуги по следующим направлениям: бухгалтерский, налоговый, статистический учет и отчетность; юридическая поддержка, информационные услуги, разработка бизнес-планов, разработка стратегии развития предприятий, исследование рынка, повышение квалификации по основам ведения бизнеса, маркетингу.

Мобильный центр поддержки предпринимательства от регионального филиала АО «Фонд развития предпринимательства «Даму» по Павлодарской области согласно графику осуществляет выезды во все города и районы области в целях проведения разъяснительной работы населению по мерам поддержки предпринимательства и по реализации государственных программ.

В целом, Программа «Дорожная карта бизнеса 2020» оказывает положительное влияние на экономику области и развитие предпринимательства.

Информация по реализации второго направления Программы «Дорожная карта занятости 2020»

С начала реализации второго направления Программы «Дорожная карта занятости 2020» на предоставление бюджетных кредитов для содействия развитию предпринимательства на селе выделено из республиканского бюджета всего 2215,8 млн тенге, в том числе в 2011 году – 370,0 млн тенге, в 2012 году – 769,5 млн тенге. В 2013 году выделено 1076,3 млн тенге, в том числе первый транш на сумму 742,3 млн тенге и второй транш на сумму 334,1 млн тенге. В текущем году выдано 492 микрокредита на сумму 1090,6 млн тенге, в целом с начала реализации Программы выдано 1002 микрокредита на сумму 2230,1 млн тенге (таблица 1).

Таблица 1 – Показатели по реализации второго направления Программы «Дорожная карта занятости 2020»

Наименование региона	Выдано							
	2011 год		2012 год		2013 год		Всего	
	кол-во	сумма, млн тг	кол-во	сумма, млн тг	кол-во	сумма, млн тг	кол-во	сумма, млн тг
сельские зоны г. Павлодара	6	15,7	7	21,0	9	24,3	22	61,0
сельские зоны г. Экибастуза	11	20,5	24	53,4	35	83,3	70	157,2
сельские зоны г. Аксу	11	23,0	21	43,5	49	119,6	81	186,1
Павлодарский район	20	53,0	34	87,8	44	105,8	98	246,6
Качирский район	16	40,5	28	69,7	38	85,0	82	195,2
Железинский район	19	41,6	24	60,2	51	135,3	94	237,1
Лебяжинский район	13	26,5	34	84,2	49	103,8	96	214,5
Успенский район	17	21,3	11	24,8	28	57,6	56	103,7
Щербактинский район	17	34,9	22	45,5	45	65,9	84	146,3
Актогайский район	12	12,7	26	37,9	28	60,0	66	110,6
Баянаульский район	14	36,5	38	99,0	55	125,0	107	260,5
Иртышский район	12	25,6	49	105,0	36	75,0	97	205,6
Майский район	9	18,2	15	37,5	25	50,0	49	105,7
ИТОГО	177	370,0	333	769,5	492	1090,6	1002	2 230,1

Примечание: 14,3 млн тенге выдано МКО за счет возвратных средств в 2013 году [5].

По данным Управления статистики по Павлодарской области, на 1 января 2014 года количество субъектов малого и среднего предпринимательства, активно работающих на рынке, по сравнению с 1 января 2013 года, увеличилось на 5,2 % и составило 32,1 тыс. единиц. Из них: 3,2 тыс. – юридические лица, 26 тыс. – индивидуальные предприниматели, 2,9 тыс. – крестьянские хозяйства. Численность занятых в малом и среднем предпринимательстве увеличилась на 11,7 % и составила

122,5 тыс. человек. Выпуск продукции (товаров и услуг) активными субъектами малого и среднего предпринимательства увеличился (в сопоставимых ценах) на 6,1 % и составил 374,7 млрд тенге. Удельный вес области в выпуске продукции (товаров и услуг) республики составил 4,2 % (таблица 2).

Таблица 2 – Показатели малого и среднего предпринимательства Павлодарской области

Субъекты	На 1 января 2014 года	
	Количество активных субъектов, ед.	Численность занятых, чел.
юридические лица малого предпринимательства	2 837	30 040
юридические лица среднего предпринимательства	349	33 720
индивидуальные предприниматели	26 012	51 869
крестьянские (фермерские) хозяйства	2 937	6 822
Всего:	32 135	122 451

По состоянию на 1 января 2014 года в Статистическом бизнес-реестре Павлодарской области зарегистрировано 13042 юридических лиц. Количество действующих юридических лиц составило 58,3 %, или 7608 единиц. Среди действующих 69,9 % составили активные (5321), 19,5 % (1484) – временно приостановившие деятельность, 10,6 % (803) – вновь зарегистрированные (новые) (рисунок 1).

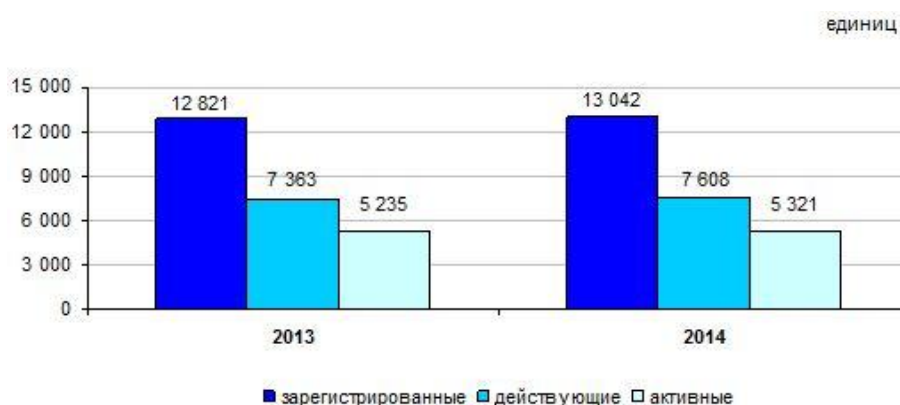


Рисунок 1 – Зарегистрированные юридические лица по активности на 1 января 2014 года

Количество активных предприятий на 1 января 2014 года по сравнению с аналогичной датой 2013 года увеличилось на 86 единиц.

По размерности предприятий наибольший удельный вес (94,3 %) занимают малые предприятия (с численностью занятых до 50 человек), 5 % – средние (от 51 до 250 человек) и 0,7 % – крупные предприятия (с численностью занятых свыше 250 человек).

По видам экономической деятельности большинство предприятий специализируется на оптовой и розничной торговле, ремонте автомобилей и мотоциклов – 32 % (4171 единиц), а наименьшее число предприятий приходится на услуги по проживанию – 0,9 % (121 единиц).

Из общего количества зарегистрированных юридических лиц на промышленные предприятия приходится 9,9 % (1293 единицы), из них наибольшее количество приходится на обрабатывающую промышленность – 85,5 % (1106), а наименьшее – на электроснабжение, подачу газа, пара и воздушное кондиционирование – 3,3 % (43).

В разрезе форм собственности 85,8 % составляют предприятия с частной формой собственности, 11,7 % – с государственной и 2,5 % – с собственностью других государств, их юридических лиц и граждан. По организационно-правовым формам наибольшую долю (76,7 %) занимают хозяйствующие товарищества. В территориальном разрезе наибольшее количество юридических лиц зарегистрировано в городах Павлодар (67,2 %), Экибастуз (18,2 %), Аксу (2,8 %).

Объем инвестиций в основной капитал в январе 2014 года составил 10,4 млрд тенге, что на 20,1 % меньше, чем в январе 2013 года. Объем промышленного производства в январе 2014 года составил 95,9 млрд тенге, что на 5,6 % больше, чем в соответствующем периоде 2013 года. В обрабатывающей промышленности объем производства вырос на 12,6 %, в водоснабжении, канализационной системе, контроле над сбором и распределением отходов – в 1,6 раза, в горнодобывающей промышленности

и разработке карьеров снизился на 11,1 %, в электроснабжении, подаче газа, пара и воздушном кондиционировании – 6,4 %.

Объем валовой продукции сельского хозяйства за январь 2014 года составил 3,1 млрд тенге, индекс физического объема составил 99,6 %.

Объем грузооборота в январе 2014 года составил 2,4 млрд тенге и по сравнению с соответствующим периодом 2013 года увеличился на 1,5 %.

Объем розничной торговли (без оборота общественного питания) за январь 2014 года составил 15,7 млрд тенге и увеличился по сравнению с январем 2013 года на 11,8 %. Объем оптовой торговли за январь текущего года составил 15,8 млрд тенге и по сравнению с соответствующим периодом предыдущего года увеличился на 0,1 %.

Объем услуг по предоставлению продуктов питания и напитков за январь 2014 года составил 346,1 млн тенге, что на 2,5 % меньше, чем в соответствующем периоде предыдущего года.

За январь-ноябрь 2013 года взаимная торговля Павлодарской области со странами Таможенного союза составила 2584,4 млн долларов США.

В структуре взаимной торговли преобладал импорт – 59,3 % (объем ввезенных в область товаров составил 1052,7 млн долларов США), на экспорт приходилось 40,7 % (из области было вывезено товаров на 1531,6 млн долларов США).

Количество зарегистрированных юридических лиц составило 12816 единиц по состоянию на 1 февраля 2014 года, из них действующих – 7746. С численностью занятых до 50 человек зарегистрировано 12071 предприятий. Среди действующих юридических лиц малые предприятия составляют 7003.

Индекс потребительских цен в январе 2014 года по сравнению с декабрем 2013 года составил 100,5 %. Цены на продовольственные товары повысились на 0,4 %, по непродовольственным товарам выросли – на 0,5 %, на платные услуги – на 0,7 %.

Объем произведенного валового регионального продукта (ВРП) Павлодарской области за январь-сентябрь 2013 года составил 1067,7 млрд тенге и по сравнению с соответствующим периодом 2012 года увеличился в реальном исчислении на 1,7 %. Удельный вес области в ВРП республики составил 4,6 %. Наиболее высокие объемы в валовом региональном продукте приходятся на отрасль «промышленность» – 456,8 млрд тенге (42,8 %). Величина ВРП на душу населения области за январь-сентябрь 2013 года составила 1422,6 тыс. тенге, что выше среднего уровня по республике на 4 % (1367,9 тыс. тенге) [6].

Сегодня в Казахстане предпринимательство уже свершившийся факт, хотя и испытывает значительные трудности. Оно защищено законом и будет развиваться. Предпринимательство способствует повышению материального и духовного потенциала общества, создает базу для развития каждого индивида, ведет к единению нации, сохранению ее национального духа и национальной гордости.

В мировой экономической литературе отмечают три основные функции бизнеса: экономическую, инновационную и социальную функцию. Малый бизнес Казахстана готов стать основой экономической деятельности, однако его потенциал, особенно инновационный, еще полностью не задействован. Сегодня бизнес выполняет больше социальную функцию, взяв на себя часть функций государства по обеспечению занятости (31 % населения вовлечены в сферу малого и среднего предпринимательства).

Большинство предпринимателей недооценивает роль специальных знаний и навыков для ведения предпринимательской деятельности, бизнес-образования, повышения квалификации персонала. Психология массового предпринимателя не претерпела существенных позитивных изменений. Надежды на государственную поддержку продолжают сочетаться с недоверием к государственным институтам и инициативам.

Продолжают иметь место коррупционные проявления. При этом вымогательство взяток и подношений стало более завуалированным, но точки концентрации коррупции сохранились. Это, главным образом, разрешительные процедуры в сферах земельной собственности, землепользования и строительства.

Малый и средний бизнес, особенно индивидуальные предприниматели и крестьянские хозяйства, продолжают ощущать себя нежелательными клиентами у банков второго уровня.

Вопреки навязываемым некоторыми политическими силами и средствами массовой информации утверждениям о тотальном недовольстве отечественного малого и среднего бизнеса вступлением Казахстана в Таможенный Союз (ТС), около половины опрошенных считают, что вступление Казахстана в ТС соответствует интересам отечественного бизнеса. Противоположной точки зрения придерживаются лишь 13 % опрошенных. Вместе с тем, обращает на себя внимание, что более четверти предпринимателей заявили, что ТС вообще не окажет никакого, ни положительного, ни отрицательного влияния на казахстанский бизнес. Две трети предпринимателей пока не видят каких-либо возможностей влияния ТС на их собственный бизнес.

Проблемы, с которыми сталкивается предпринимательство, а именно: нехватка финансовых, материальных, технологических и интеллектуальных ресурсов для модернизации - привели к тому, что на сегодняшний день большинство компаний не стремятся разрабатывать и внедрять инновации. Частично это объясняется тем, что бизнес слабо представляет выгоды от инновационной деятельности.

Он не имеет достаточных свободных финансовых средств для разработки и внедрения инноваций. Основной формой инноваций остаются процессные инновации, продуктовые и технологические инновации не получили широкого распространения. В результате существующий инновационный потенциал в виде технопарков, венчурных фондов, НИИ, институтов инновационного развития, конструкторских бюро используется не в полном объеме.

Для дальнейшего развития предпринимательства необходимо предоставление следующих условий: знания по ведению бизнеса (кадры, бизнес-навыки, бизнес-планирование, стратегирование); информация о рынке (маркетинг, рынки сбыта, партнеры, конкуренты); доступность капитала и технологий (кредиты, инвестиции, лицензии и патенты); административные барьеры (лицензирование, разрешения, администрирование, конкуренция); инфраструктура поддержки (институты развития, СЭЗ, инкубаторы, ассоциации, транспортно-логистические коммуникации).

Указ Президента РК «О кардинальных мерах по улучшению условий для предпринимательской деятельности в Республике Казахстан» от 27.02.2014 г. обеспечит кардинальное улучшение условий для развития предпринимательской деятельности в Казахстане.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1 Закон РК «О частном предпринимательстве» (с изменениями и дополнениями по состоянию 07.03.2014г.).

2 Минц А.А. Экономическая оценка естественных ресурсов. – М.: Мысль, 1969. – С. 75-77.

3 Основные полномочия, задачи и функции // Сайт управления предпринимательства и торговли Павлодарской области. – Режим доступа: <http://upt.pavlodar.gov.kz/index.php/ru/2013-10-26-06-57-10/2013-10-26-06-57-55>.

4 Информация о развитии малого и среднего бизнеса в Павлодарской области // Сайт управления предпринимательства и торговли Павлодарской области. – Режим доступа: upt.pavlodar.gov.kz/.../23-informatsiya-o-razvitii-malogo-i-srednego-biz.

5 Дорожная карта бизнеса. – Режим доступа: 2020<http://www.upt.pavlodar.gov.kz/>.

6 Краткие итоги социально-экономического развития Павлодарской области за январь-март 2014 года. – Режим доступа: <http://pavlodarstat.kz/rus/dynamic/>.

REFERENCES

1 Zakon RK «O chastnom predprinimatel'stve» (s izmeneniyami i dopolnениями po sostoyaniyu 07.03.2014g.).

2 Minc A.A. Yekonomicheskaya ocenka estestvennyh resursov. – M.: Mysl', 1969. – S. 75-77.

3 Osnovnye polnomochiya, zadachi i funkcii // Sayt upravleniya predprinimatel'stva i trgovli Pavlodarskoy oblasti. – Rezhim dostupa: <http://upt.pavlodar.gov.kz/index.php/ru/2013-10-26-06-57-10/2013-10-26-06-57-55>.

4 Informaciya o razvitii malogo i srednego biznesa v Pavlodarskoy oblasti // Sayt upravleniya predprinimatel'stva i trgovli Pavlodarskoy oblasti. – Rezhim dostupa: upt.pavlodar.gov.kz/.../23-informatsiya-o-razvitii-malogo-i-srednego-biz.

5 Dorozhnaya karta biznesa. – Rezhim dostupa: 2020<http://www.upt.pavlodar.gov.kz/>.

6 Kratkie itogi social'no-yekonomicheskogo razvitiya Pavlodarskoy oblasti za yanvar'-mart 2014 goda. – Rezhim dostupa: <http://pavlodarstat.kz/rus/dynamic/>.

ТҮЙІН

Ж.Ж. Нұрғалиева

Инновациялық Еуразия университетінің колледжі (Павлодар)

Павлодар облысында шағын және орта бизнесті дамытудың аймақтық аспектілері

Бұл мақалада Павлодар облысында шағын және орта бизнесті мемлекеттік қолдаудың негізгі бағыттары мен нәтижелері қарастырылған.

Түйін сөздер: шағын және орта бизнес, кәсіпкерлік, мемлекеттік қолдау.

RESUME

Zh.Zh. Nurgaliyeva

College of Innovative University of Eurasia (Pavlodar)

Regional aspects of the development of small and medium-sized businesses in Pavlodar region

This article describes the main trends and results of state support for small and medium businesses in the Pavlodar region.

Keywords: *small and medium business, enterprise, government support.*

УДК 316.422:001.895(574)

А.А. Рубан

Инновационный Евразийский университет (г. Павлодар)

E-mail: zipcode90@mail.ru

**Жизненный цикл инновации и стадии жизненного цикла
производства инновационного продукта**

Аннотация. *Жизнециклическая концепция инноваций играет очень важную роль как в определении максимального объема выпуска, объема продаж и прибыли, так и в продолжительности цикла жизни конкретного новшества. В данной статье рассматриваются циклы жизни новой техники и технологий.*

Ключевые слова: *инновации, цикл, стадия, концепция, производство.*

Различают два типа технологических инноваций: продуктовые и процессные. Внедрение нового продукта определяется как радикальная продуктовая инновация. Такие новшества основаны на принципиально новых технологиях либо на сочетании существующих технологий в новом их применении. Усовершенствование продукта – инкрементальная продуктовая инновация, связанная с существующим продуктом, когда меняются его качественные или стоимостные характеристики.

Процессная инновация – это освоение новых или значительно усовершенствованных способов производства и технологий, изменения в оборудовании или организации производства.

По степени новизны инновации подразделяются на принципиально новые, т.е. не имеющие аналогов в прошлом в отечественной и зарубежной практике, и на новшества относительной новизны. Принципиально новые виды продукции, технологии и услуг обладают приоритетностью, абсолютной новизной и являются оригинальными образцами, на основании которых тиражированием получают новшества-имитации, копии. Среди инноваций-имитаций различают технику, технологию и продукцию рыночной новизны, новой сферы применения и новшества сравнительной новизны (имеющие аналоги на лучших зарубежных и отечественных предприятиях) и нововведения-усовершенствования. В свою очередь, нововведения-усовершенствования по предметно-содержательной структуре подразделяются на вытесняющие, замещающие, дополняющие, улучшающие и проч.

Жизненный цикл инновации представляет собой совокупность взаимосвязанных процессов и стадий создания новшества. Жизненный цикл инновации определяется как промежуток времени от зарождения идеи до снятия с производства реализованного на ее основе инновационного продукта. Инновация в своем жизненном цикле проходит ряд стадий, включающих:

- зарождение, сопровождающееся выполнением необходимого объема научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, разработкой и созданием опытной партии новшества;
- рост (промышленное освоение с одновременным выходом продукта на рынок);
- зрелость (стадия серийного или массового производства и увеличение объема продаж);
- насыщение рынка (максимальный объем производства и максимальный объем продаж);
- упадок (свертывание производства и уход продукта с рынка). С позиций инновационной деятельности целесообразно различать как жизненные циклы производства, так и жизненные циклы обращения новшества.

Жизненный цикл производства инновационного продукта состоит из последовательных стадий:

1) Внедрение новшества – наиболее трудоемкая и сложная стадия. Именно здесь велик объем расходов на освоение производства и выпуск опытной партии нового товара. На первой стадии воспроизводится и совершенствуется технология, отрабатывается регламент производственного процесса. И именно на данной стадии наблюдается высокая себестоимость продукции и не загруженность мощностей.

2) Стадия промышленного освоения производства, которая характеризуется медленным и растянутым во времени наращиванием выпуска продукции.

3) Стадия подъема отличается быстрым наращиванием производства, значительным увеличением загрузки производственных мощностей, отлаженностью технологического процесса и организации производства.

4) Стадия зрелости и стабилизации, характеризующаяся устойчивыми темпами наибольших объемов выпуска продукции и максимально возможной загрузкой производственных мощностей.

5) Стадия увядания или упадка, связанная с падением загрузки мощностей, сворачиванием производства данного товара и резким уменьшением товарных запасов вплоть до нуля.

Состав и структура циклов жизни новой техники и технологии тесно связаны с параметрами развития производства. Так, например, на первой стадии жизненного цикла новой техники и технологии производительность труда низкая, себестоимость продукции снижается медленно, медленно возрастает прибыль предприятия либо экономическая прибыль даже отрицательна. В период быстрого роста выпуска продукции заметно снижается себестоимость, окупаются первоначальные затраты.

Частая смена техники и технологии создает большие сложности и нестабильность производства. В период перехода на новую технику и освоение новых технологических процессов снижаются показатели эффективности всех подразделений предприятия. Вот почему инновациям в области технологических процессов и орудий труда должны сопутствовать новые формы организации и управления, операционный, попроцессорный и подетальный расчет экономической эффективности [1].

Жизнециклическая концепция инноваций играет очень важную роль в определении как максимального объема выпуска, объема продаж и прибыли, так и продолжительности цикла жизни конкретного новшества. Анализ продолжительности циклов жизни новой техники и технологий проводится в следующей последовательности, включающей:

1) определение общей продолжительности циклов жизни изделий данного семейства, поколения за всю историю, чтобы установить устойчивую величину цикла данного вида техники или технологического процесса, в том числе и по стадиям;

2) определение распределений продолжительностей циклов жизни и их стадий вокруг центральной тенденции, поскольку это является основой прогноза продолжительности циклов жизни будущего новшества;

3) выработку базы стратегии и тактики роста производства соответственно продолжительности стадий циклов жизни новой техники и технологии;

4) распределение вероятностей продолжительности циклов будущих образцов и пропорционально ей ресурсов во времени следующего цикла;

5) тщательный анализ факторов, влияющих на продолжительность прошлых циклов, и экстраполяцию результатов на прогноз их влияния на циклы жизни будущих изделий;

6) формализацию методов сбора исходных данных и применение эконометрических моделей расчета [2].

Методика анализа продолжительности циклов жизни позволяет дать ответ о динамике технико-экономических показателей производства. Во-первых, это дает возможность определить период роста производства до максимального, которому эквивалентны наилучшие тенденции ведущих показателей экономической эффективности: приведенных затрат, себестоимости продукции, производительности труда, величины рентабельности. Во-вторых, следует установить зависимость роста выпуска с экстремумом технико-экономических показателей и с объемом продаж, ибо они, как правило, не совпадают. В-третьих, необходимо проанализировать тенденции изменения технико-экономических показателей при удвоении объема выпуска, дать ответ: существует ли пропорциональность, инерционность, эффект запаздывания и проч. Из приведенной методики ясно, что исследование динамики продолжительности стадий циклов жизни в зависимости от технико-экономических показателей и объема продаж является одним из важнейших современных методов анализа новой техники и технологии.

Инновационная деятельность предприятия по разработке, внедрению, освоению и коммерциализации новшеств включает:

- проведение научно-исследовательских и конструкторских работ по разработке идеи новшества, проведению лабораторных исследований, изготовлению лабораторных образцов новой продукции, видов новой техники, новых конструкций и изделий;

- подбор необходимых видов сырья и материалов для изготовления новых видов продукции;

- разработку технологического процесса изготовления новой продукции;

- проектирование, изготовление, испытание и освоение образцов новой техники, необходимой для изготовления продукции;

- разработку и внедрение новых организационно-управленческих решений, направленных на реализацию новшеств;

- исследование, разработку или приобретение необходимых информационных ресурсов и информационного обеспечения инноваций;

- подготовку, обучение, переквалификацию и специальные методы подбора персонала, необходимого для проведения НИОКР;

- проведение работ или приобретение необходимой документации по лицензированию, патентованию, приобретению ноу-хау;
- организацию и проведение маркетинговых исследований по продвижению инноваций и т. д. [3].

Качество технологического процесса реализуется в его способности создать новшество. Оно оценивается как с позиций технико-технологических характеристик, так и системой экономических показателей. Широко применяемые технико-экономические и функционально-стоимостные методы анализа позволяют установить зависимость между техническими и экономическими показателями процессов и найти алгоритм оптимального функционирования производственных систем.

Как следует из вышеизложенного, весьма важным этапом инновационной деятельности является поиск кардинальных взаимосвязей и взаимозависимостей между показателями технического уровня, качества применяемых новшеств с условиями их производства и эксплуатации и с экономической эффективностью. Дело в том, что в отдельности решить проблему качества и экономической эффективности новой техники и технологии невозможно. Наиболее целесообразно применить обобщенную технико-экономическую модель (или в простейшем варианте блок-схему), которая выявляет воздействие показателей технического уровня на обобщающие технико-экономические показатели: себестоимость, производительность, приведенные затраты и т.д. Для этого необходимо на самом начальном этапе проектирования новшества избрать альтернативный вариант: оптимальные свойства новшества при максимальной экономической эффективности или максимально совершенный уровень новшества при удовлетворительной экономической эффективности [4].

Полезный эффект новшества как в производстве, так и в эксплуатации не всегда можно оценить с помощью стоимостных оценок. Поэтому применяют два критерия: критерий минимума приведенных затрат и интегральный (обобщающий) показатель качества новшества. Если невозможно установить количественную функциональную зависимость между частными показателями качества и приведенными затратами, то используют экспертные или статистические методы по определению средневзвешенного обобщенного показателя новшества, рассчитанного как средневзвешенное арифметическое либо как средневзвешенное геометрическое. Следующим этапом может служить установление зависимости между значением приведенных затрат и обобщающим показателем технического уровня изделия или процесса. Инструментом такого подхода является корреляционное и регрессионное моделирование.

Предлагаемая методика использует как традиционные нормативные подходы, так и метод «затраты - эффективность». С изменением хозяйственной ситуации при переходе к рыночной экономике для предприятия произошла переориентация критериев технического и технологического уровней и экономической эффективности нововведений. В краткосрочном плане внедрение нововведений ухудшает экономические показатели, увеличивает издержки производства, требует дополнительных капиталовложений в развитие НИОКР. Помимо того, интенсивные инновационные процессы, в том числе внедрение новой техники и технологии, нарушают стабильность, увеличивают неопределенность и повышают риск производственной деятельности. Более того, инновации не позволяют полностью использовать производственные ресурсы, снижают загрузку производственных мощностей, могут привести к неполному использованию персонала, к массовым увольнениям.

С одной стороны, инновационная деятельность предприятия является системой последовательно проводимых производственных и коммерческих мероприятий, где качество инноваций всецело зависит от состояния и технико-организационного уровня производственной среды. С другой стороны, именно рынок выступает решающим арбитром отбора инноваций. Он отвергает самые приоритетные новшества, если они не отвечают коммерческой выгоде и сохранению конкурентных позиций предприятия. Вот почему технологические новшества подразделяются на приоритетные, важные для экономической и технологической безопасности страны, и на коммерческие инновации, необходимые предприятию в условиях перехода к рынку. Критерии технического уровня и эффективности новых технологий должны быть адекватны и требованиям научно-технической государственной политики, и коммерческой целесообразности, и соответствующим источникам финансирования. Так, для показателей рентабельности и финансовой устойчивости предприятия новая технология в более чем половине случаев является нежелательной. Более того, изменчивость технологии в отраслях, характеризующихся длительным жизненным циклом, капиталоемких и фондоемких производствах может нанести непоправимый ущерб при неправильном прогнозировании, внедрении и эксплуатации.

В наукоемких, прогрессивных отраслях дело обстоит наоборот: именно технологические «сдвиги и прорывы» и внедрение новых технологий резко повышают конкурентоспособность предприятия и ведут к максимизации прибыли в долгосрочном периоде. Более того, с начала 90-х гг. конкурентный статус крупных компаний в значительной мере связывается не только с новыми товарами, но и в большей степени с наличием новейших технологий у фирмы. Так обстоит дело у флагманов мировой экономики «Сони», «Панасоник», «Ай-Би-Эм», «Дженерал Электрик», «Джонсон и Джонсон» [5].

Приведенные стратегические технологические факторы выявляют зависимость рыночной стратегии фирмы от характеристики НИОКР и применяемой технологии. Для успеха необходимы такие качества новой технологии, как адаптивность, гибкость, способность к «встроенности» в старое производство, возможности синергизма, четкая стратегия НИОКР и наличие патентов и лицензий на технологию, высококвалифицированный персонал, адекватные организационно-управленческие

структуры. Все эти понятия свести к каким-либо единым показателям невозможно, поэтому в рыночной экономике арбитром и экспертом качества технологии выступает рынок, а критерием всего многообразия свойств может быть только экономическая эффективность.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Бронникова Т.С. Маркетинг: учебное пособие. – Таганрог: ТРТУ, 2006.
- 2 Гречикова И.Н. Менеджмент. – 3-е изд. – М.: ЮНИТИ, 2006.
- 3 Завьялов П.С. Формула успеха: маркетинг. – М.: ЮНИТИ, 2007.
- 4 Мескон М. Основы менеджмента / Пер. с англ. – М.: Дело, 2007.
- 5 Санто Б. Инновация как средство экономического развития / Пер. с венг. – М.: Прогресс, 2006.

REFERENCES

- 1 Bronnikova T.S. Marketing: uchebnoye posobiye. – Taganrog: TRTU, 2006.
- 2 Grechikova I.N. Menedzhment. – 3-e izd. – M.: YuNITI, 2006.
- 3 Zavyalov P.S. Formula uspekha: marketing. – M.: YuNITI, 2007.
- 4 Meskon M. Osnovy menedzhmenta / Per. s angl. – M.: Delo, 2007.
- 5 Santo B. Innovatsiya kak sredstvo ekonomicheskogo razvitiya / Per. s veng. – M.: Progress, 2006.

ТҮЙІН

А.А. Рубан

Инновациялық Еуразия университеті (Павлодар қ.)

Инновацияның өмірлік циклі және инновациялық өнім өндірісінің өмірлік циклінің кезеңдері

Инновациялардың өмірциклдік тұжырымдамасы нақты жаңалықтың ең жоғары өндіру көлемін, сатылым мен пайда көлемін анықтауда сияқты, өмір циклінің ұзақтығында да өте маңызды рөл атқарады. Осы мақалада жаңа техниканың және технологиялардың өмірлік циклдері қарастырылады.

Түйін сөздер: *инновация, цикл, кезең, тұжырымдама, өндіріс.*

RESUME

A.A. Ruban

Innovation Eurasian University (Pavlodar city)

Innovation life cycle and life cycle stages of innovative product manufacture

Life cycle concepts of innovations play a critical part both in the determination of the maximum manufacturing rate, volume of sales and amount of profit and in the life cycle duration of the specific innovation. The present article covers life cycles of new equipment and technology.

Keywords: *innovations, cycle, stage, concepts, manufacture.*

УДК 336.717.061(574.25)

З.К. Смагулова, PhD

Инновационный Евразийский университет (г. Павлодар),

Е.Т. Джуманиязов

АО «Банк ЦентрКредит» (г. Павлодар)

E-mail: Erlan_confidential@mail.ru

Анализ продвижения банковских продуктов (на материалах АО «Банк ЦентрКредит»)

Аннотация. *В статье отражены особенности продвижения банковских услуг коммерческого банка. Проведенные исследования дают возможность оценить уровень удовлетворенности качеством обслуживания в банке, а также определить лояльность клиентов, коммуникаций сотрудников банка и потребителей банковских услуги.*

Ключевые слова: банк, клиент, маркетинговые исследования, качество банковского обслуживания.

Реализация товаров и услуг – важнейший этап деятельности любого предприятия, работающего в условиях рынка. И банковские структуры не являются исключением, ставя перед собой цель – привлечение клиентуры, расширение сферы сбыта своих услуг, завоевание рынка и, в конечном счете, увеличение прибыли. Средствами достижения данной цели являются инструменты банковского маркетинга.

В основу конкурентоспособности любого банка входит качество кредитного обслуживания, от того как клиента обслужили, как предоставили ему интересующую его информацию, зависит прибыль банка. Для этого нужно разработать соответствующие рекомендации по проектированию системы управления качеством услуг кредитования. Поэтому в настоящее время кредитным организациям необходимо более точно представлять запросы корпоративного потребителя, как существующего, так и потенциального, отрабатывать специальные ускоренные технологии работы, ориентированные на принятие конкретных решений. Банк должен хорошо знать бизнес своих клиентов «изнутри», понимать цели и задачи потребителя и предлагать различные варианты оптимизации и совершенствования финансовых механизмов. Основным оружием банковской неценовой конкуренции является качество банковских услуг. Важным методологическим подходом к исследованию качества банковских услуг является выделение двух аспектов этой проблемы и, соответственно, двух систем критериев качества: с позиции банка и с позиции клиента.

По мнению специалистов, для самого банка качественный уровень работы определяют скорость внутренних рабочих процессов, уровень издержек на исправление ошибок, эффективность рабочих процессов, уровень мотивации работников, производительность труда, степень кредитного риска и др., соотносимые с уровнем затрат на производство банковских услуг. С точки зрения клиента, критериями банковского обслуживания являются срочность осуществления операций, наличие ошибок и неточностей, часы работы банка, качество консультирования, личностная сторона отношений с банком и др., уровень качества банковских услуг клиенты сопоставляют с ценами. Помимо общей ориентации на улучшение качества обслуживания, банками за рубежом широко применяется дифференциация качества однотипных услуг в зависимости от цены (обычные и эксклюзивные счета), целевой клиентуры (массовые и индивидуальные услуги), каналов сбыта (услуги, реализуемые посредством банковских автоматов в отделении банка, в консультационном центре) и т.д. Свое продолжение все меры по управлению качеством находят в активной рекламной деятельности банка.

Наличие лояльности, т.е. благоприятного отношения потребителей к данной организации, ее продуктам служит основой для получения стабильного объема продаж, что, в свою очередь, является стратегическим показателем успешности организации. Под лояльностью мы понимаем положительное отношение потребителей ко всему, что касается банковских услуг, персоналу, имиджу, исходящей от банка информации, рекламным обращениям, символике и т.д. [1]. Лояльными можно назвать тех потребителей, которые в течение длительного времени взаимодействуют с организацией и совершают при этом повторные покупки. Важную роль имеет степень напряженности коммуникаций между потребителями банковских услуг и сотрудниками банка. В связи с этим, представляется интересным исследование уровня лояльности потребителей банковских услуг, их отношения к банку, а также степени их удовлетворенности качеством обслуживания.

В рамках данной работы попробуем выявить уровень удовлетворенности клиентов качеством обслуживания в офисах ПФ АО «Банк ЦентрКредит» и лояльности в целом. В ходе исследования было сформулировано несколько гипотез:

1. Реальный уровень удовлетворенности клиентов качеством обслуживания в офисах организации ниже, чем желаемый оптимум.
2. Уровень удовлетворенности клиентов качеством обслуживания в офисах различается в зависимости от сегмента потребителей. Исследовались следующие сегменты – студенты, пенсионеры, экономически активное население.
3. Реальный уровень лояльности клиентов ниже, чем желаемый оптимум.
4. Коммуникации между потребителями банковских услуг и сотрудниками банка носят напряженный характер и характеризуются повышенным уровнем конфликтности.

Таким образом, исследование имело своей целью решение нескольких задач, а именно:

- выявить реальный уровень удовлетворенности качеством обслуживания в офисах;
- опровергнуть или подтвердить тот факт, что реальный уровень удовлетворенности качеством обслуживания ниже, чем желаемый оптимум;
- выявить уровень удовлетворенности качеством обслуживания в офисах банка различных сегментов потребителей;
- подтвердить или опровергнуть тот факт, что реальный уровень лояльности клиентов исследуемого ниже, чем желаемый оптимум;
- исследовать напряженность коммуникаций между потребителями банковских услуг и сотрудниками банка и определить сложившийся уровень конфликтности.

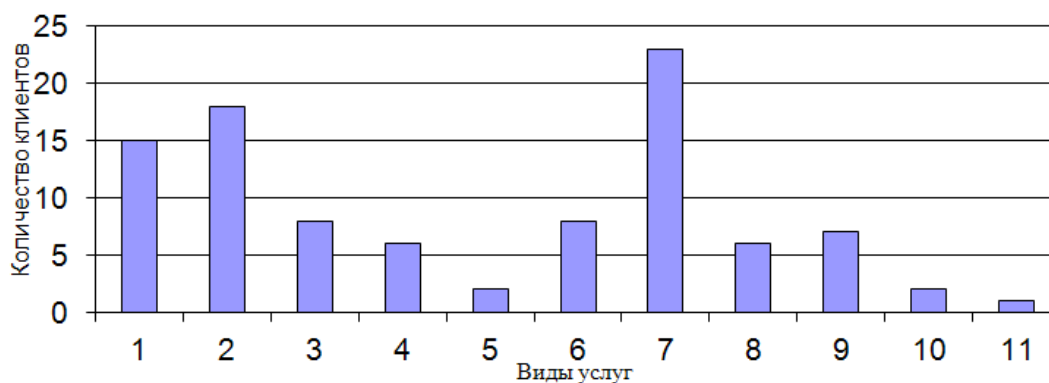
Поскольку в ходе работы тестировались несколько нуждающихся в проверке гипотез, было проведено описательное исследование, позволившее сделать выводы о степени удовлетворенности клиентов банка и уровне их лояльности. В качестве базы была использована первичная информация, собранная методом опроса клиентов в офисе Павлодарского филиала банка. Объектами исследования выступали посетители офиса банка в течение одного рабочего дня. В результате опроса выявлены предпочтения потребителей по различным параметрам обслуживания, получено их мнение относительно качества предоставления банковских услуг. При проведении опроса использовалась анкета, состоящая из вопросов с многовариантными ответами. Опрос проводился методом самостоятельного заполнения опросных листов респондентами. В опросный лист был включен ряд вопросов, который позволил проранжировать и оценить параметры качества обслуживания, определить уровень напряженности коммуникаций между сотрудниками и клиентами банка.

Анализ данных. Анализ данных начинается с перевода данных в осмысленную информацию. Это – преобразование исходных данных, где выделяются функции высокого уровня обобщения: обобщение (выражение через определенное число понятий); концептуализация (оценка результатов обобщения); коммуникация (использование понятий для заказчика категорий); экстраполяция (обобщение степени выборки на всю совокупность).

Результаты исследования. Первичные данные были собраны в течение нескольких дней. Подход к сбору данных – самостоятельный. Были получены ответы респондентов практически на все вопросы анкет.

На достижение целей было направлено изучение поведения клиентов ПФ АО «Банк ЦентрКредит», определение их демографического профиля, с использованием таких параметров, как возраст, пол, образование, семейный доход, выявление уровня потребности населения в предоставлении тех или иных банковских услуг, получение информации о качественном, профессиональном обслуживании клиентов [2].

Нами были изучены предпочтения клиентов Банка в отношении банковских услуг (рисунок 1).



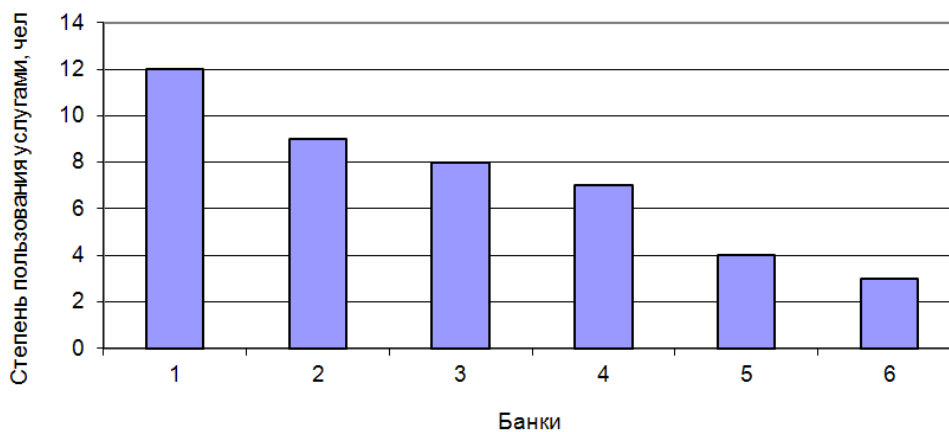
Виды услуг: 1 – прием коммунальных платежей; 2 – услуги по кредитованию частных клиентов; 3 – выдача справок по вкладам; 4 – получение заработной платы, пенсии; 5 – розыск действующих и закрытых вкладов; 6 – операции с ценными бумагами; 7 – банковские карты; 8 – переводы денежных средств; 9 – услуги по операциям с иностранной валютой; 10 – операции с драгметаллами; 11 – депозиты в тенге и иностранной валюте.

Рисунок 1 - Спрос на банковские продукты

Из данных, представленных на рисунке 1, можно сделать вывод, что предпочтение опрашиваемых респондентов отдается таким видам услуг, как обслуживание по банковским картам, кредитование частных клиентов, прием коммунальных платежей, операции с ценными бумагами. Показатели же по услугам операций по вкладам, переводам денежных средств, с драгоценными металлами несколько ниже.

В проведенном опросе клиентов-пользователей банковских услуг участвовало 100 респондентов (100 %). При этом 22 респондента (22 %) не пользовались услугами других банков до того, как стать клиентами ПФ АО «Банк ЦентрКредит», а оставшиеся 78 % пользовались услугами других банков.

В связи с этим возникает вопрос: услугами каких банков пользовались или пользуются в настоящее время опрашиваемые респонденты? Ответ представлен на рисунке 2.

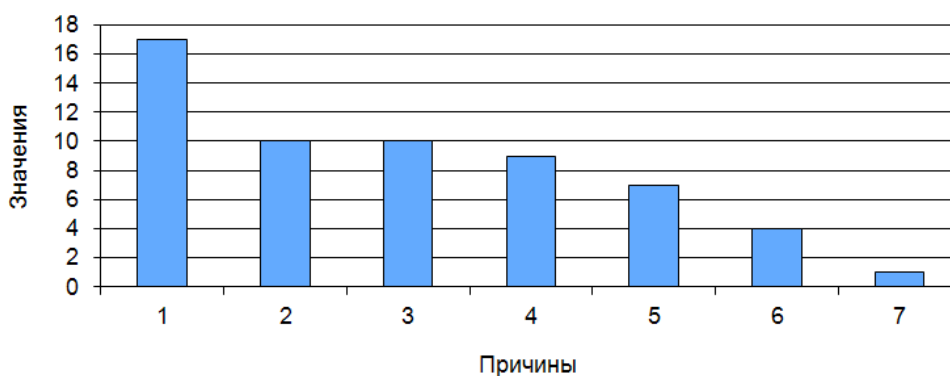


1 – Народный Банк Казахстана; 2 – КазкоммерцБанк; 3 – БанкЦентрКредит
4 – БТА Банк; 5 – Каспий Банк; 6 – Альянс Банк

Рисунок 2 – Количество пользователей услуг других банков

Таким образом, лидирующее положение на рынке предоставления банковских услуг занимают: Народный Банк Казахстана, КазкоммерцБанк, Банк ЦентрКредит.

В практической части настоящего исследования требовалось определить, почему респонденты обслуживаются в АО «Банк ЦентрКредит», что повлияло на их выбор при такой конкуренции на банковском рынке. Удалось выяснить, что на первое место выходит такой немаловажный параметр, как надежность банка, далее – удобное расположение, профессионализм и реклама (рисунок 3).



Причины: 1– надежность банка; 2 – удобное расположения; 3 – реклама;
4 – профессионализм сотрудников; 5 – без особых причин; 6 – хорошее отношение к клиентам; 7 – неудовлетворенность контактами с другими банками

Рисунок 3 - Причины перехода на обслуживание в «Банк ЦентрКредит»

Оценка качества обслуживания по 5-балльной системе представлена на рисунке 4.

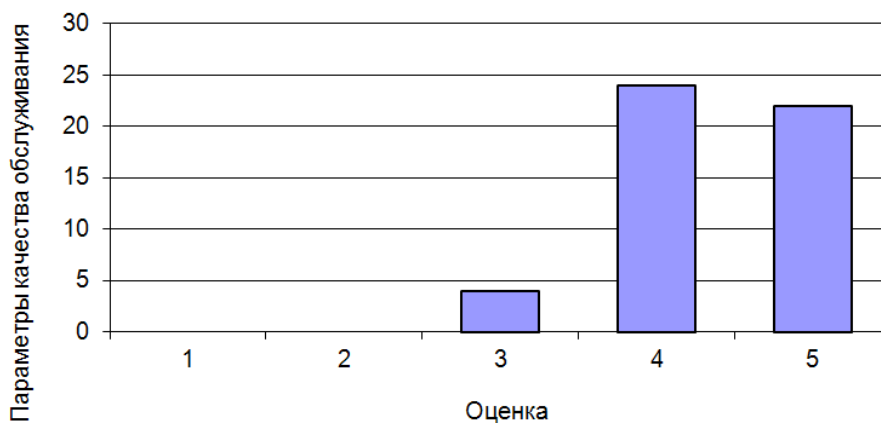


Рисунок 4 - Оценка качества обслуживания

Респонденты могли оценить качество обслуживания в части профессионализма сотрудников банка по пятибалльной системе. На рисунке 5 видно, что некоторые специалисты банка уделяли клиентам не такое внимание, на которое они рассчитывали. На основании данной информации можно проследить, насколько доброжелателен, приветлив в обращении с клиентами обслуживающий персонал.

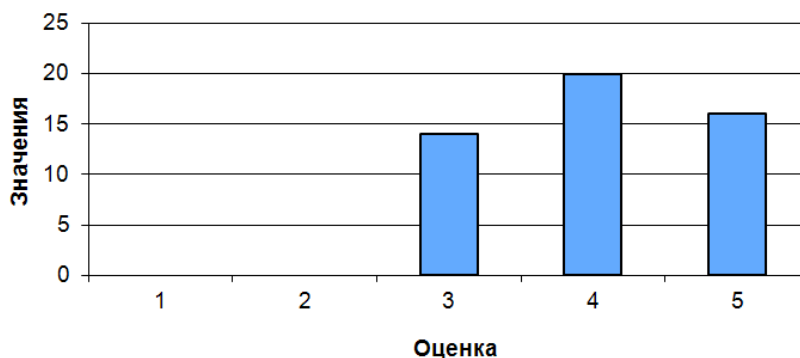


Рисунок 5 - Доброжелательность в отношении к клиентам

На рисунке 6 представлена оперативность в обслуживании клиентов банка. Превалирует оценка в 4 балла, известно, что в банках идет сокращение сотрудников на приемах платежей, депозитов, кредитов, что приводит к возникновению очередей и снижению оперативности.

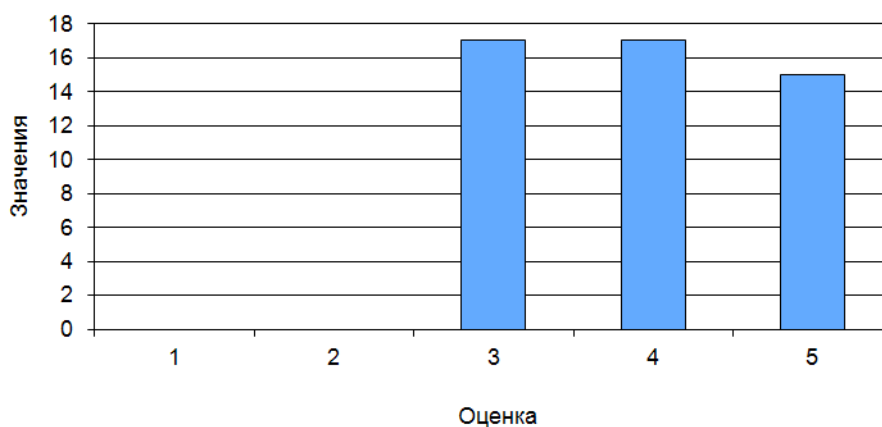


Рисунок 6 - Оперативность обслуживания

При оценке внешнего вида сотрудников (в основном, это относится к операционно-кассовым работникам) большинство респондентов дали 4 балла, на что могло оказать влияние различия во вкусах клиентов.

Последним параметром в оценке качества обслуживания клиентов здесь является непосредственное внимание к респонденту, как к потенциальному клиенту, что и видно по результатам, собранным на рисунке 7.

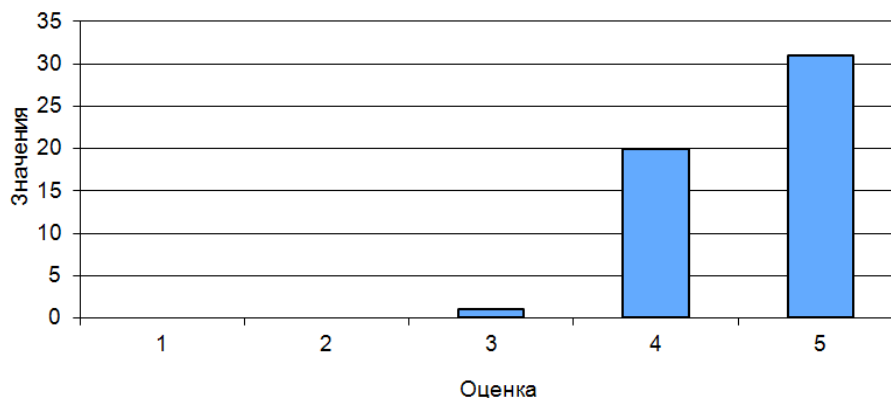


Рисунок 7 - Внимание к клиенту

В рамках маркетингового исследования ставился вопрос о том, обращали ли респонденты внимание на рейтинг их надежности. Лишь 38 % опрошенных клиентов при выборе обращали внимание на рейтинг надежности банков. В плане достаточности поступления информации о банковских продуктах 80 % респондентов ответили, что информации поступает достаточно, 16 % затруднились ответить, и только 2 % решили, что информации о банковских продуктах поступает недостаточно.

Доведение продукта до потребителя – элемент комплекса маркетинга, характеризующий деятельность организации, направленную на то, чтобы сделать продукт доступным целевым потребителям. Главным содержанием элемента этого комплекса является прямой маркетинг, доводимый до клиента через рекламу, непосредственно каналы СМИ. Существуют, как известно, несколько форм прямого маркетинга. В анкете выявлялось предпочтение опрашиваемых респондентов в отношении выбора способа получения информации. В процентном отношении были получены следующие результаты:

- 76 % респондентов уверены, что лучший способ получения информации – через средства массовой информации;

- 12 % отдают предпочтение консультации специалистов банка;

- 6 % - размещению на информационных стендах;

- 4 % - выбирают рекламное письмо;

- 2 % - другой способ.

На вопрос о решении проблемных ситуаций 52 % респондентов ответили, что работники Банка стремятся оказать помощь в разрешении возникших проблем; 36 % указали на то, что проблемных ситуаций не возникало; 8 % - затруднились дать ответ и 4 % ответили «нет».

Создавая обобщенный портрет клиента банка, мы выявили, что из числа опрошенных 27 человек - мужского пола, 23 – женского. Также был отмечен возрастной ценз респондентов 34 % - от 25 до 36 лет; 30 % - 37-45 лет; 18 % - 46-55 лет; 8 % - до 25 лет; 6 % - 56-65 лет; 4 % - клиенты более 65 лет.

В большинстве своем клиенты АО «Банк ЦентрКредит» имеют образование высшее, далее по количеству набранных ответов – среднее специальное, среднее, незаконченное высшее, начальное, и имеющие ученую степень. Проведенное исследование показало, что опрашиваемые клиенты банка заняты практически во всех сферах деятельности, хотя большинство работающего населения занято в таких сферах как образование, финансы, транспорт, торговля, бытовое обслуживание.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что у ПФ АО «Банк ЦентрКредит»:

- уровень удовлетворённости качеством обслуживания в офисах соответствует высокому показателю, хотя, есть определенные позиции, над которыми руководству банка необходимо работать;

- уровень удовлетворённости качеством обслуживания клиентов выше, чем установленные и прописанные нормы в положениях, координирующих обслуживание клиентов;

- уровень удовлетворенности качеством обслуживания в офисах банка одинаков для различных сегментов потребителей;

- реальный уровень лояльности клиентов банка выше, чем желаемый оптимум.

Напряженности в межличностных коммуникациях сотрудников банка и потребителями банковских услуги не выявлено.

В нашем понимании построение системы обслуживания клиентов банка должно вестись в трех параллельных направлениях, каждое из которых включает в себя определенные элементы: методы и средства контроля исполнения, повышения качества, мотивации сотрудников и т.д. Данные направления разработаны на основе основных этапов предоставления услуги и последовательности ключевых процессов (таблица 1).

Таблица 1 – Рекомендации по проектированию системы управления качеством услуг кредитования

Рекомендации	Сущность
Проектирование системы управления качеством	консультирование, опирающееся на психологическую подготовку, методы стимулирования сотрудников, культуру общения, человеческие качества, имидж и т.д.
Техника оформления и выдачи кредита	основана на порядке взаимодействия служб, регламентирующих документах, материально-техническом и программном обеспечении, профессиональной квалификации сотрудников и т.д.
Внедрение новых форм обслуживания	включает в себя: маркетинговые подходы по изучению потребительского рынка, потребностей и предпочтений потенциальных клиентов; разработку новых и совершенствование устаревших форм обслуживания; внедрение форм и методов учета степени удовлетворенности клиентов; система предложения и согласования перспективных идей с высшими звеньями управления (территориальный банк и т.д.).

Вышеизложенные выводы и направления по поиску и внедрению новых и совершенствованию имеющихся форм обслуживания клиентов, на наш взгляд, максимально отражают сегодняшние

потребности граждан Казахстана. А это, в свою очередь, означает, что практическая реализация данной инновационной программы повысит конкурентоспособность кредитных продуктов банка, удовлетворенность его клиентов и еще больше укрепит положительный образ ПФ АО «Банк ЦентрКредит» как стабильного и надежного партнера.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Уткин Е.А. Банковский маркетинг: учебное пособие для банковских школ и колледжей.- 2-е изд. - М.: ИНФРА-М, 2009. - 304с.
- 2 Хамитов Н.Н. Банковское дело. Курс лекций. - Алматы: Экономика, 2011. - 216с.
- 3 Черьязданов С. Методика сопряжения экономики и банковского сектора // Финансы Казахстана. – 2010. - № 5. - С. 62-65

REFERENCES

- 1 Utkin E.A. Bankovskiy marketing: uchebnoe posobie dlya bankovskikh shkol i kollejey. - 2-e izd. - M.: INFRA-M, 2009. – 304 s.
- 2 Khamitov N.N. Bankovkoe delo. Kurs lektsiy. - Almaty: Ekonomika, 2011. – 216 s.
- 3 Cheryazdanov S. Metodika sopryazheniya ekonomiki i bankovskogo sektora // Finansy Kazakhstana.- 2010. - № 5. - S. 62-65.

ТҮЙІН

З.К. Смагулова, PhD

Инновациялық Еуразия университеті (Павлодар қ.)

Е.Т. Джуманиязов

«Банк ЦентрКредит» АҚ ПФ (Павлодар қ.)

Банктік өнімдердің қозғалысын талдау ("БанкЦентрКредит" АҚ материалдарында)

Мақалада коммерциялық банктің банктік қызметтерінің өзгешеліктері көрсетілген. Жүргізілген зерттеулер банктегі қызмет көрсету сапасымен қанағаттану деңгейін бағалауға, сонымен қатар клиенттердің ниеттестігін, банк қызметкерлері мен банк қызметтерін тұтынушылардың қарым-қатынасын анықтауға мүмкіндік береді.

Түйін сөздер: банк, клиент, маркетингтік зерттеу, банктік қызмет көрсету сапасы.

RESUME

Z.K. Smagulova, PhD

Innovative University of Eurasia (Pavlodar)

E.T. Dzhumaniyazov

JSC "Bank CentreCredit" (Pavlodar)

Analysis of the promotion of banking products (on materials of JSC "Bank CentreCredit")

The article describes the features of promoting banking services of a commercial bank. Our studies provide an opportunity to assess the level of satisfaction with the quality of service in the bank, as well as to determine customer loyalty, communications bank employees and consumers of banking services.

Keywords: bank, customer, marketing research, quality banking services.

УДК 338.244.2(574)

В.П. Шеломенцева, доктор социологических наук, кандидат экономических наук
Инновационный Евразийский университет (г. Павлодар),

А.С. Исабекова

АО «Kaspi bank» (г. Павлодар)

E-mail: isabekova123@mail.ru

Эффективное управление бизнесом

***Аннотация.** В данной статье рассматриваются понятия управления, эффективности, рисков и роль управления рисками в эффективном развитии бизнеса. Вместе с тем рассмотрены параметры оценки эффективности управления бизнесом, а также факторы в эффективном управлении.*

***Ключевые слова:** управление, эффективность, бизнес, эффективное управление, предприятие, цель.*

Управление – это упорядоченный процесс, в результате которого управляющий приводит объект к заданной цели (в заданное состояние или заданный режим функционирования). Причем в процессе управления управляющий получает информацию о текущем отклонении объекта управления от заданной цели (траектории движения к цели), осуществляет управляющие воздействия и видит результат этих воздействий. Таким образом, шаг за шагом осуществляется достижение требуемой цели.

В социальных системах действует принцип экономии усилий. То есть, если что-то нужно сделать (но факт осуществления этих действий не контролируется) и исполнитель лично не заинтересован в осуществлении этих действий, то он их делать не будет. Но если результаты определенных действий находятся на контроле и за них несут ответственность конкретные люди, причем при успешном результате они еще получают и вознаграждение, то такие действия точно будут выполнены, и положительный результат будет получен с высокой долей вероятности.

Исходя из этого, видно, что смысл понятия «управление» в социальных системах остается точно таким же, что и в технических. Только для успешного его применения необходимо иметь представление о той системе действий, которые необходимо осуществить, чтобы получить требуемый результат.

Разобравшись, таким образом, с понятием «управление», посмотрим, а в чем же заключается его эффективность?

Существуют два показателя понятия «эффективность». В первом показателе «эффект» каких-то действий воспринимается в значении «результат». Соответственно, здесь «эффективность управления» тождественна «результативности управления». А результативность управления – это мера достижения цели управления. Достигли цели – управление было эффективным, не достигли – значит, управление было неэффективным.

Во втором – «эффект» понимается как «цена результата». В данном случае речь уже идет об экономическом эффекте управления. Например, если все цели были достигнуты и для этого были затрачены ресурсы в пределах заданного бюджета, то можно сказать, что управление было эффективным. Если же цели были достигнуты (еще хуже, если были достигнуты не все цели), но затраченные ресурсы превысили заданный бюджет, то такое управление было экономически неэффективным [1].

Из всего ранее сказанного следует, что ключевым понятием в управлении является понятие «цель».

Правильно поставленная цель задает критерии для ее идентификации, то есть дает возможность обоснованно ответить на вопрос – достигнута цель или нет.

Если существующая на предприятии система управления не соответствует текущим задачам бизнеса, тогда она становится существенным тормозом в развитии, понижает конкурентоспособность и негативно влияет на показатели деятельности. Когда предприятие нацелено на развитие, расширение, выход на новые рынки, где встретится с более сильными конкурентами, то возникает проблема реорганизации системы управления. Поэтому, если ставится задача оценить эффективность управления развивающимся предприятием, то в первую очередь необходимо провести диагностику существующей системы управления предприятием на соответствие будущим задачам.

Оценка эффективности управления осуществляется по множеству параметров. Для разных предприятий этот набор параметров почти не изменяется, но сами параметры имеют различную приоритетность для каждого предприятия. По принципу Паретто 80 % усилий и внимания нужно уделять 20 % основных подсистем, функций, бизнес-процессов, которые в наибольшей степени влияют на результаты деятельности. Задача заключается в том, как определить эти самые важные 20 % и сконцентрировать на них усилия [2].

Нет единого непреложного стандарта, по которому любая организация может получить рейтинг эффективности управления своим предприятием. Можно с уверенностью сказать лишь о том, что управление должно быть настолько эффективным, чтобы предприятие достигало поставленных целей. А цели у каждого предприятия свои, причём на каждом этапе жизненного цикла предприятия цели

и задачи меняются из-за естественного роста бизнеса, а также существенно корректируются целями собственников бизнеса.

Немаловажным фактором в эффективном управлении любым предприятием, или, как мы говорим, бизнесом является своевременное выявление рисков.

Казахстанский рынок отличается высоким уровнем административного, правового и налогового риска, в т.ч. высокой инфляцией и кризисными явлениями, что также убеждает в необходимости внедрения системы управления рисками.

К сожалению, уровень управления бизнес-рисками не очень высок, в то время как общий концептуальный подход к управлению риском заключается в следующем:

- изучение возможных последствий деятельности в рискованной ситуации;
- разработка мер, не допускающих, предотвращающих или уменьшающих размер ущерба от воздействия рискованных факторов, в т.ч. непредвиденных;
- реализация такой системы адаптации к рискам, при помощи которой могут быть не только нейтрализованы или компенсированы негативные вероятные результаты, но и максимально использованы шансы на получение высокого дохода.

В связи с тем, что уровень риска может существенно измениться в течение определенного периода времени под воздействием внутренних и внешних факторов, организация должна разрабатывать систему управления рисками в следующих целях:

- обеспечить максимальную сохранность собственных средств;
- минимизировать отрицательное воздействие внешних и внутренних факторов;
- повысить ответственность перед клиентами, контрагентами и инвесторами;
- повысить финансовую устойчивость (т.к. основная опасность финансовых рисков заключается в неустойчивости денежных потоков во времени) и усовершенствовать механизмы управления рисками [3].

Риск-менеджмент за рубежом давно признан необходимым инструментом современного управления. Конечно, нужно отметить, что риск-менеджмент на Западе происходит в условиях, резко отличающихся от казахстанских: информационная насыщенность инфраструктуры бизнеса, формализованные процедуры, отработанные техники управления, применение современных информационных технологий, высококвалифицированные специалисты. В Казахстане, к сожалению, департамент управления рисками пока не получил достойного места в бизнесе. И это при том, что каждая финансовая организация, претендующая на устойчивое развитие, должна иметь в своем арсенале систему управления рисками.

Многие технологии западного риск-менеджмента, рассчитанные на управление классическими микроэкономическими параметрами (экономической стоимостью бизнеса, прибылью, собственным капиталом, рыночной стоимостью и т.д.), не срабатывают в казахстанских условиях по следующим причинам:

- часто критерием для временного спекулятивного бизнеса в Казахстане являются не прибыль, а положительные денежные потоки с маржой, которая «зашкаливает» все допустимые нормы;
- каждый предприниматель рискует только своим товаром, т.е. терять кроме своей продукции ему нечего;
- искажение бухгалтерской отчетности;
- фиктивные сделки;
- оптимизация налогообложения;
- коррупция;
- низкая грамотность бизнесменов;
- высокий уровень операционных рисков и многое другое (анализ, проведенный независимой международной финансово-аналитической корпорацией Price water house Coopers в 2013 году).

Все усложняется еще и тем, что большинство экономических моделей не эффективны. При этом вместо того, чтобы дорабатывать и совершенствовать методики по финансовому анализу с учетом рыночной ситуации и казахстанской действительности, мы пытаемся рассчитывать EBITDA, которая в принципе ни о чем нам не скажет, если говорить про малый и средний бизнес [2, 3].

Управление рисками - процесс для казахстанских компаний далеко не новый. Многие из них внедряют комплексные системы управления рисками, ни в чем не уступающие передовым мировым практикам. Компании, которые получили наибольшую выгоду от внедрения, утверждают, что создание общекорпоративного подхода к управлению рисками зачастую может потребовать пересмотра ролей и обязанностей руководителей и сотрудников, а иногда и всей организационной структуры предприятия.

По данным опроса руководителей крупнейших компаний мира, проведенного PwC (Price water house Coopers), большая часть руководителей этого ранга планируют существенно изменить систему управления рисками, а не какие-либо другие элементы своей корпоративной стратегии, организационной или операционной модели. Тем не менее, при опросе участников бизнес-завтрака по управлению рисками о реальном уровне поддержки со стороны руководства в границах системы управления рисками в их компаниях, только 35 % охарактеризовали существующий уровень поддержки как достаточный [4].

В ходе обсуждения участники отметили важность участия руководства в развитии системы управления рисками и формировании культуры компании, определяющей последовательность действий сотрудников и принятие тех или иных решений в своей ежедневной деятельности с учетом существующих рисков [5].

Однако для эффективного функционирования системы управления рисками одной поддержки со стороны руководства недостаточно. Необходимо наладить модель взаимодействия, которая позволила бы четко сформулировать и разграничить роли и обязанности в системе управления рисками, а следовательно и бизнесом в целом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Речмен Д.Дж., Мескон М.Х., Боуви К.Л. Современный бизнес. – М.: Республика, 2005.
- 2 Гранатуров В.М. Экономический риск: сущность, методы измерения, пути снижения. – М.: изд-во «Дело и Сервис», 2009. – 212 с.
- 3 Халл Д.К. Опционы, фьючерсы и другие производные финансовые инструменты. 8-е изд. – М.: Вильямс, 2013.
- 4 Глущенко В.В. Риски инновационной и инвестиционной деятельности в условиях глобализации. – Железнодорожный: ООО НПЦ Крылья, 2006. – 232 с.
- 5 Каримов М. Развитие экономики стран мира: проблемы и перспективы // Экономика: стратегия и практика. – 2014. – № 1. – С. 31.

REFERENCES

- 1 Rechmen D.Dzh., Meskon M.H., Bouvi K.L. Sovremennyy biznes. – M.: Respublika, 2005.
- 2 Granaturov V.M. Yekonomicheskiy risk: sushhnost', metody izmereniya, puti snizheniya. – M.: izd-vo «Delo i Servis», 2009. – 212 s.
- 3 Hall D.K. Opciony, fyuchersy i drugie proizvodnye finansovye instrumenty. 8-e izd. – M.: Vil'yams, 2013.
- 4 Glushhenko V.V. Riski innovacionnoy i investicionnoy deyatelnosti v usloviyah globalizacii. – Zheleznodorozhnyy: OOO NPC Kryl'ya, 2006. – 232 s.
- 5 Karimov M. Razvitie yekonomiki stran mira: problemy i perspektivy // Yekonomika: strategiya i praktika. – 2014. – № 1. – S. 31.

ТҮЙІН

В.П. Шеломенцева, әлеуметтану ғылымдарының докторы, экономика ғылымдарының кандидаты

Инновациялық Еуразия университеті (Павлодар қ.),

А.С. Исабекова

«Kaspi bank» АҚ (Павлодар қ.)

Бизнесті тиімді басқару

Осы мақалада басқару, тиімділік, тәуекелдер ұғымдары, сонымен қатар бизнестің тиімді дамуындағы тәуекелдерді басқарудың ролі қарастырылады. Сонымен бірге бизнесті басқару тиімділігін бағалаудың өлшемдері, сондай-ақ тиімді басқарудағы факторлар қаралған.

Түйін сөздер: *басқару, тиімділік, бизнес, тиімді басқару, кәсіпорын, мақсат.*

RESUME

V.P. Shelomentseva, *Doctor of Sociological Sciences, candidate of Economic Sciences*

Innovative University of Eurasia (Pavlodar),

A.S. Isabekova

JSC «Kaspi bank» (Pavlodar)

Effective management of business

In this article concepts of management, efficiency, risks as well as role of risks management role in effective development of business are examined. At the same time the parameters of estimation of business management efficiency as well as similarly factors in an effective management are considered.

Keywords: *management, efficiency, effective management, enterprise, aim.*

Общественные науки

УДК 79

Д.Н. Гольцер

ГУ «Средняя общеобразовательная школа № 24 г. Павлодара» (г. Павлодар),

В.В. Сергеева, кандидат педагогических наук

Инновационный Евразийский университет (г. Павлодар),

И.А. Тухлов

Московский государственный университет им. Ломоносова (РФ, г. Москва)

E-mail: MiroslavKlose18@mail.ru

Тактика игры баскетбол

***Аннотация.** В статье рассматривается система позиционного нападения и составлен приближенный комплекс упражнений для улучшения позиционного нападения.*

***Ключевые слова:** тактика, позиционная защита, центральный игрок, нападение, индивидуальные действия, комбинационная игра.*

Введение. Тактика нападения дает возможность команде в зависимости от определенного соперника и в разные моменты соревновательной деятельности выбирать и применять особенно рациональные средства, методы и формы ведения планомерной атаки. Главная задача нападающей команды - забросить мяч в корзину противодействующей команды. Чтобы достичь этого результата за 24 секунды, необходимо применять организованные, заблаговременно выверенные и правильно подготовленные тактические ходы, действия, рассчитанные на приближение мяча к щиту противодействующей команды, создание благоприятной ситуации для завершения атаки, на непосредственное проведение этой атаки и обеспечение вероятности борьбы за отскок под кольцом [1].

По своему направлению все действия атакующей команды подразделяются на индивидуальные и коллективные: групповые и командные.

Производительность индивидуальных тактических действий игрока команды, зависит от того, насколько своевременно, целесообразно игрок применил тот либо иной прием, либо игровые действия в данной обстановке с мячом.

Под групповым взаимодействием в нападении принято понимать взаимодействие не менее двух игроков команды, направленное на решение определенной стратегической цели, основанное на выборе разумных взаиморасположений и перемещений с целью взаимопомощи при атаке корзины соперника. Индивидуальные действия выполняются без мяча и с мячом. Действия игроков без мяча имеют цель своевременно «оторваться» от защитника противодействующей команды и выйти на свободное место, чтобы получить мяч от игрока своей команды, либо своими действиями отвлечь внимание противника от партнера, обладающего мячом. Обладая мячом, игрок ведет его на комфортную позицию, атакует корзину соперника либо передает мяч партнеру, применяя при этом разные варианты сочетания приемов и методов владения мячом [2].

Основа достижения цели нападения в баскетболе - это командные, коллективные действия, направленные на то, чтобы различными путями и как можно скорее вывести одного из игроков команды на комфортное место для атаки корзины. Без командных взаимодействий, требующих четких организованных форм, сыгранности, взаимопонимания, подчинения индивидуальных способностей интересам каждого игрока команды, не может быть полноценной игры в нападении. Атакующая команда, состоящая из очень сильных, подготовленных тактически, физически, технически в отдельности игроков, не умеющих грамотно взаимодействовать с остальными игроками команды, редко может достичь победы над высококвалифицированным противником [3].

Результат исследования. Атака в баскетболе по тактической направленности разделяется на два вида: стремительное и позиционное. Когда команда овладевает мячом в обстановках, которые вызывают некоторую паузу в игре, то ей приходится бороться с противником, поспешившими организовать командную защиту, с определенных исходных позиций. По ходу игры стремительное нападение не всегда получается использовать. Случается, что игроки противодействующей команды успевают целостно организовать командную защиту и заблокировать всех игроков атаки. Тогда отлично организованной обороне, атакующая команда должна противопоставить позиционное нападение, в котором участвуют пять игроков команды. Все нападающие игроки стараются переиграть организационную защиту команды противника. При этом следует применять игровую площадку так,

чтобы избежать скопления игроков в одном месте. Рационально, когда три игрока команды действуют возле корзины, а два в оттянутом положении.

Действия игроков в позиционном нападении допускают на каждого лишь по 3 движения нападающего после передачи мяча: к корзине, к партнеру с мячом, к партнеру без мяча [4]. Когда же команда овладевает мячом путем перехвата либо нейтрального расположения (при розыгрыше спорного мяча, при борьбе за отскок), она быстро переходит в нападение, чтобы конкуренты, не успели возвратиться назад и организовать командную охрану

В позиционном нападении существуют две системы: «через центрального игрока» и «без центрального игрока». Во втором случае игрок позже передачи мяча делает рывок к корзине, пытаясь избавиться от защитника и получить обратную передачу для броска.

Во втором и третьем случаях компаньон освобождается для броска либо прохода к корзине с поддержкой заслона, при котором нападающий отсекает защитника от своего партнера.

Система с нападением через центрального игрока особенно целесообразна. Действия команды, использующие ее, основывается на главной роли центрального игрока, тот, что располагается спиной к шкиту, лицом к своим партнерам, чтобы в любую секунду получить мяч. Центральной становится как бы стержнем подготовки атаки. Энергичными согласованными действиями его поддерживают все остальные партнеры, желающие передать ему мяч в особенно комфортном расположении.

Чаще всего атакующая команда играет через одного центрального игрока и через двух центральных. Атака через 3 центральных игроков используется крайне редко в современной спортивной практике.[5]

Тактика нападения без центрального игрока - открытое нападение - используется, если в составе команды нет явно выраженного центрального игрока. Существует два варианта такого нападения: нападение серией заслонов и нападение «большой восьмеркой».

В позиционном комбинационном нападении весомое значение имеет тщательная подготовка согласованных действий игроков команды. На шлифовку командных взаимодействий уходит много времени. Несколько месяцев тщательной тренировочной работы еще не дают гарантии, что в соревнованиях изученная комбинация будет использована удачно.

Стратегические игровые комбинации создают определенную обстановку на площадке, ценный порядок в рядах нападения, при котором игроки не мешают друг другу.

Предварительно изученные и ставшие привычными взаимодействия игроков нападения в ходе проведения комбинации приводят к чаще всего к выигрышному результату. А дальше победа зависит от творческой инициативы баскетболистов. Они должны сами находить лучшие пути заключения комбинации, доведения атаки до взятия корзины [6, 7].

Приближительный комплекс упражнений для улучшения позиционного нападения

Стартовое ускорение:

1. Рывки из разных начальных расположений, либо после выполнения упражнений.
2. Бег в среднем темпе, по сигналу ускорение, второй сигнал обычный бег.
3. Бег в среднем темпе, чередуемый с ускорением в разных направлениях по независимому выбору либо неожиданному сигналу.
4. Челночный бег.
6. Ускорение с грузом за спиной
7. Бег с низкого старта на дистанции 10, 30, 60 метров.

Скоростная выносливость:

1. Многократное пробегание различных дистанций, при изменении скорости бега по дистанции.
2. Бег в одной колонне по кругу, по сигналу замыкающий колонну делает ускорение обгоняя всех и становится первым.
3. Передачи без ведения, двухсторонняя игра 2х2, 3х3.

Скоростно-силовые качества:

1. Бег прыжками.
2. Бег в парах с использованием резиновой ленты («лошадка»).
3. Бег с грузом за спиной
4. Бег в гору с уклоном 8-10°.
5. Выпрыгивания вверх с отягощением.

Зрительно-поисковая реакция:

1. Игрок с мячом передает партнеру, поднявшему руку, мяч. Другие игроки пытаются сбить с толку игрока с мячом обманчивыми движениями рук. Игрок передает мяч тому партнеру, который поднял руку высоко над головой.
2. Игроки поточно делают кувырки на мате и, быстро встав, одновременно совершают ловлю мяча от партнера и обратную передачу.

3. Игрок должен попасть теннисным (волейбольшим) мячом в вертикальную мишень после кувырка вперед (назад).

4. Игрок, стоя спиной к игроку, по сигналу должен повернуться и получить мяч.

Передачи мяча:

1. Передачи в парах набивного мяча на месте, расстояние 5-8 метров, одной рукой от плеча, двумя руками из-за головы.

2. Передачи в парах на месте, передачи двумя мячами, первая передача от пола, вторая верхом.

3. Передачи в четверках, 2 колонны, отдавший передачу перебегают на другую сторону и становятся в конец колонны.

4. Передача мяча в цель у стены на расстоянии 2-3 метров.

5. Подвижная игра 10 передач. 2 команды по 5 человек стараются выполнить 10 передач без потери мяча. Количество передач можно изменять.

Ведение мяча:

1. Ведение мяча с изменением направления по площадке (произвольно).

2. Ведение мяча с обводкой стоек, пассивных защитников.

3. Ведение мяча вокруг корпуса, игрок стоит на месте.

4. Ведение мяча в баскетболе между ног, игрок стоит на месте.

5. Низкое, среднее, высокое ведение мяча в баскетболе.

6. Ведение мяча с поворотами на 360°.

Бросок мяча в корзину - неотделимая часть игры в баскетбол. В учебно-тренировочном процессе броску мяча в корзину, передачам, уделяется большее время, чем иным техническим действиям с мячом.

При подготовке баскетболистов нужно разнообразить бросковые упражнения. Броски рекомендуется выполнять с разных дистанций, в прыжке с места, позже ведения мяча и передач, а также в противодействии с защитником. Было бы хорошо все энергичные паузы отдыха заполнить отработкой дистанционных бросков.

Выводы. Учебно-тренировочный процесс с применением данных упражнений должен осуществляться комплексно, т.е. на каждом занятии нужно совершенствовать не одно определенное качество с использованием определенного упражнения, а комплект качеств в определенном сочетании. Следует применять составные упражнения во взаимодействии с партнерами для улучшения технических приемов в позиционном нападении и игровую подготовку. Наравне с этим, рекомендуется применять упражнения, предусматривающие стремительный прорыв 2х1, 3х2, 4х3; обстановки с равным числом защитников и нападающих; моделирование разных обстановок, возникающих в ходе учебных игр [8].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Озолин Н. Г. Современная система спортивной тренировки. - М., 2010. – 114 с.
- 2 Матвеев Л. П. Основы спортивной тренировки. - М., 2007. – 210 с.
- 3 Гомельский А.Я. Тактика баскетбола. - М., 2006. – 136 с.
- 4 Вуден Д.Р. Современный баскетбол. - М.: Физкультура и спорт, 1987. - 256 с.
- 5 Нестеровский Д.И. Баскетбол: Теория и методика обучения: учеб. пособие для студ. высш. уч. завед. - 3-е изд., стер. - М.: Издательский центр «Академия», 2007. – 336 с.
- 6 Кудряшов В., Мирошникова Р. Технические приемы игры в баскетбол. - Минск, 2007. – 68 с.
- 7 Петровский В.В. Организация спортивной тренировки. - Киев, 2008. – 100 с.
- 8 Кулакаускас В.А. Тренировка баскетболистов. - М.: ФиС, 2004. – 280 с.

REFERENCES

- 1 Ozolin N. G. Sovremennaya sistema sportivnoy trenirovki. - M., 2010. – 114 s.
- 2 Matveev L. P. Osnovy sportivnoy trenirovki. - M., 2007. – 210 s.
- 3 Gomel'skiy A.Ya. Taktika basketbola. - M., 2006. – 136 s.
- 4 Vuden D.R. Sovremennyy basketbol. - M.: Fizkul'tura i sport, 1987. - 256 s.
- 5 Nesterovskiy D.I. Basketbol: Teoriya i metodika obucheniya: ucheb. posobie dlya stud. vyssh. uch. zaved. - 3-e izd., ster. - M.: Izdatel'skiy centr «Akademiya», 2007. – 336 s.
- 6 Kudryashov V., Miroshnikova R. Tehnicheskie priemy igry v basketbol. - Minsk, 2007. – 68 s.
- 7 Petrovskiy V.V. Organizaciya sportivnoy trenirovki. - Kiev, 2008. – 100 s.
- 8 Kulakauskas V.A. Trenirovka basketbolistov. - M.: FiS, 2004. – 280 s.

ТУЙІН

Д.Н. Гольцер

«Павлодар қаласының №24 жалпы орта білім беру мектебі» ММ (Павлодар қ.),

В.В. Сергеева, педагогика ғылымдарының кандидаты

Инновациялық Еуразия университеті (Павлодар қ.),

И.А.Тухлов,
Ломоносов ат. ММУ (РФ, Москва қ.)

Баскетбол ойынының тактикасы

Мақалада позициялық шабуыл жасау жүйесі қарастырылады және позициялық шабуылды жақсартуға арналған жаттығулар кешені құрастырылған.

Түйін сөздер: *тактика, позициялық қорғау, орталық ойыншы, шабуыл жасау, жеке іс-әрекет, комбинациялы ойын.*

RESUME

D.N. Goltser
Secondary school №24 (Pavlodar),
V.V. Sergeeva, *candidate of Pedagogical Sciences*
Innovative University of Eurasia (Pavlodar),
I.A. Tukhlov
Lomonosov Moscow State University (RF, Moscow)

Tactics in basketball

The article considers the system of positional attacks and making a rough set of exercises to improve positional attacks.

Keywords: *Tactics, positional protection, a Central player, assault, individual actions, combinational game.*

УДК 659.4

Т.К. Маняпова, кандидат филологических наук
А.Б. Кожуханова
Инновационный Евразийский университет (г. Павлодар)
E-mail:aminathestrange@bk.ru

Специфика деятельности PR-служб промышленных предприятий (на примере АО «Алюминий Казахстана»)

Аннотация. *В данной статье рассмотрены теоретические аспекты организации Public Relations на промышленном предприятии, а также проведен анализ практического применения на примере АО «Алюминий Казахстана».*

Ключевые слова: *связи с общественностью, анализ, эффективность, промышленность.*

Одним из слагаемых успеха хозяйствующих субъектов является использование Public Relations – системы коммуникационных технологий, включающей стратегические и тактические приемы, техники, методики, базирующиеся на знаниях различных предметных областей – социологии, психологии, журналистики, менеджмента, маркетинга и других наук.

Сочетаемый потенциал понятия реализуется в расширенном функциональном пространстве: государственном, финансовом, общественном, образовательном и промышленном. Ранее преимущественно использовали «пиар» в сочетании *политический пиар*.

Классический закон PR – достижение «гармонии с внешним окружением посредством взаимопонимания, основанного на правде и полной информированности» (С. Блек, 1990), - имеет свою отраслевую спецификацию. Направлениями деятельности PR-структур промышленных предприятий являются СМИ, работа с реальными и потенциальными клиентами и партнерами, нацеленная на формирование доверительного «маркетинга взаимодействия», и укрепление внутрикорпоративных связей вертикальной и горизонтальной плоскостей.

Особенность PR промышленных предприятий заключается в позиционировании уникального объекта продвижения. Если на рынке товаров широкого потребления преимущественно продвигаются продукция, торговая марка продукции, то объект продвижения в отрасли промышленности - само предприятие, а не его продукция как таковая, т.е. PR-продвижение предприятия непосредственно для производителя и потребителя [1].

Выгоды PR-продвижения для производителя заключаются в том, что его положительная репутация автоматически переходит на все, что он выпускает: продукцию, торговые марки, направления деятельности и т.д. Низкий уровень информированности общественности о предприятиях-производителях – следствие недостаточного PR-продвижения предприятия (название, предназначение, конкретная продукция предприятия и т.д.).

Павлодарская область – промышленный центр Казахстана (АО «Алюминий Казахстана», ТОО «Павлодарский Нефтехимический Завод», АО «Павлодарский Электролизный завод» и др.), интегрированный в экономический ареал республиканского и международного значения. В связи с этим актуализируются проблемы определения PR-политики по части формирования положительного имиджа о предприятии как современном, успешном, вызывающем доверие предприятия.

В настоящее время мы можем говорить о динамичном развитии направления по связям с общественностью в Казахстане: использование стратегических платформ известных пиар-кампаний, конструктивная адаптация передового зарубежного опыта – американских, европейских схем и методов с учетом особенностей национального менталитета, культурного, исторического развития, экономических условий, привлечение иностранных PR-специалистов. Кроме того, наблюдается поступательное развитие сферы специализированных PR-агентств (и не только рекламного содержания).

В структуру отдела по связям с общественностью предприятия входят:

- департамент по связям с общественностью;
- пресс-служба;
- пресс-центр;
- пресс-секретарь и др.

В соответствии с целями (создание и поддержание положительного имиджа предприятия; повышение известности в деловой среде, формирование, укрепление репутации на рынке; информирование широких кругов общественности, организация общественного мнения; формирование взаимоотношений с государственными, негосударственными и общественными организациями; связи со средствами массовой информации; связи с внутренней общественностью; реклама товара, услуги, предприятия; организация рекламных кампаний, акций; создание брэндов и логотипов предприятия, товара, услуги; управление кризисными ситуациями) определяются форматы PR-действий [2].

Технология создания имиджа включает анализ объекта, анализ ситуации, определение целевых установок, определение стратегической политики и PR-платформы и выработку стиля PR-деятельности, соответствующего отраслевой специфике предприятия, его внутренним и внешним характеристикам, планирование PR-действий и мониторинг проведенных PR-мероприятий.

Использование имиджевых ресурсов PR на предприятиях связано с форматом проводимых мероприятий. Это: новостной форум (в том числе и создание благоприятных историй с новостями о компании, товарах (услугах); публичные выступления (пресс-конференции); презентации (день открытых дверей, тематические выставки, ярмарки); издательская деятельность (печатные материалы целевого назначения: отчетные документы, брошюры, статьи, сборники и журналы с информацией о компании).

Эффективным информационным каналом являются аудиовизуальные материалы: фильмы, слайды, видео- и аудиокассеты, Web-страницы предприятия (современное средство связи с общественностью и потенциальными потребителями).

Спонсорская деятельность является одним из важных инструментов маркетинга и проявляется в виде денежных вложений в спортивные и культурные мероприятия, проводимые предприятием (компанией).

Идентификационные средства маркетинга: логотип, канцелярские принадлежности, брошюры, бланки, визитки, здания, униформа, транспортные средства с логотипами предприятия.

Одним из главных PR-действий является визуализация имиджевой информации. В частности, баннеры, вывески, световые табло качественного технического и высокохудожественного дизайнерского решения. Раздаточные рекламные буклеты, информационные рекламные рубрики в газетах, анонсовые клише в справочниках, выполненные в полноцвете, также имеют безусловный имиджевый эффект.

PR любого уровня предполагает наличие целевой аудитории. Для промышленных предприятий – деловая среда, общественные организации, население, государственные организации, исполнительные органы местного управления, акционеры/инвесторы, персонал, партнеры, СМИ.

Связи со средствами массовой информации (mass-media relations) важны для любой компании, особенно в ситуации появления негативной информации на страницах публичных изданий. Рекламный контент СМИ - канал для передачи сообщений, пиар СМИ – отдельная специфическая аудитория, взаимоотношения с которой для предприятия может иметь неоднозначный результат: «эффективная ставка» здесь непредсказуема, если связи не налажены или непрочны. В связи с этим антикризисный PR уделяет основное внимание СМИ.

Роль PR в налаживании отношений с государственными органами заключается в активной общественной позиции предприятия и организации положительного мнения общественности по отношению к деятельности и продукции предприятия. Один из способов – добиться сопричастности государственных чиновников к деятельности предприятия: приглашение государственных чиновников

на важные мероприятия, на открытие объектов, пуск новой производственной линии, проведение круглого стола с руководителями отраслевых структур, на открытые мероприятия для СМИ (пресс-конференции, встречи и т.д.).

Акционеры, инвесторы и персонал являются так называемой внутренней общественностью предприятия. Для решения стратегических целей необходим единый коллектив, поэтому формирование корпоративного духа команды, сплоченности членов структурных подразделений является важным направлением деятельности управленческого блока и PR-служб. Опыт АО «Алюминий Казахстана», состоящего из нескольких подразделений, которое обладает разветвленной структурой в регионах, подтверждает важность корпоративных мероприятий (конференции, съезды, семинары, праздники, чествования и др.).

Для широких кругов общественности, местного населения особенно важны социально-экономические вопросы. Промышленное предприятие - субъект экономики, в то же время оно является субъектом общества. Следовательно, социальный статус предприятия или компании определяет его стратегическое развитие.

В PR-продвижении промышленного предприятия используются различные каналы и формы подачи информации. Разработкой проектов и планов реализации продвижений занимаются отдельные специалисты в области PR и консалтинговые PR-компании. Унифицированных программ продвижения не бывает – каждая из них разрабатывается индивидуально, в зависимости от поставленных целей, ситуации на рынке, этапа развития и приоритетов компании-заказчика.

Особенность PR промышленных предприятий заключается в том, что холдингам не нужна яркая реклама. Они заинтересованы в надежной репутации в деловых кругах, крепких и налаженных отношениях с партнерами, инвесторами, организациями общественности. Репутация – главное конкурентное преимущество в деловых кругах, основание для доверия предприятию в условиях рыночной конкуренции.

Промышленность – наиболее значимый и доходный сектор национальной экономики. Поэтому она постоянно находится в центре внимания государства и общества. В условиях жесткой конкуренции, борьбы за рынки сбыта и передела собственности участники промышленного рынка вынуждены большое внимание уделять защите активов и репутации. Главная цель PR крупного промышленного предприятия (холдинга, корпорации) - создание стабильного имиджа с большим запасом прочности, способного выдержать все возможные экономические риски и потрясения. Условие достижения этой цели - организация эффективной PR-службы.

Важной задачей руководителя корпоративной PR-службы является определение места своей структуры в аппарате компании, контроль источников информации и коммуникативных каналов, контактирующих с внешней средой и влияющих на формирование имиджа. Эта задача становится сложнее, если компания диверсифицирована, имеет много направлений бизнеса и сложную организацию [3].

Диверсификация бизнеса - распространенное явление среди промышленных предприятий. Проблема контроля внутренней информации и ее использования в PR-целях решается в них по-разному. Например: а) формальное объединение центральных корпоративных PR-структур, распределенных по направлениям бизнеса и решающих свои задачи в автономном режиме; б) централизованная корпоративная структура, объединяющая приоритетные направления деятельности для PR-сопровождения (по непрофильным направлениям, в случае необходимости, проводятся разовые PR-проекты). Механизм отбора информативных пакетов и организации контроля информационных потоков одинаков в обоих случаях: зависит от топ-менеджмента компании, соответственно, необходимо их тесное взаимодействие с PR-структурами.

Руководитель PR-службы имеет ряд служебных и статусных полномочий:

- получает все необходимые документы и информацию аппарата управления предприятия (компании);
- заранее информирован по проектным и постановочным решениям;
- обладает правом доступа к первому руководителю компании;
- организует кадровое обеспечение PR-мероприятий (по согласованию с управленческим корпусом подбор официальных ньюсмейкеров, исключая несогласованные контакты с журналистами, утечку информации и искажение фактов в материалах СМИ).

PR-служба регулирует и отслеживает движение информационных потоков не только головного, но и дочерних предприятий в регионах. Информация о деятельности дочерних предприятий в регионах поступает топ-менеджеру, в аппарат управления компании и корпоративной PR-службы в соответствии с утвержденными внутренними правилами и стандартами. При этом механизм получения оперативной информации не исключает прямого контакта с источником в пределах условий, определенных соответствующим распоряжением, и в рамках компетенций ответственных лиц в подразделениях.

Фактором, определяющим статусность корпоративной PR-службы, является отношение первого руководителя компании к PR и к контактам со СМИ. Поведенческие стереотипы руководителя условно можно разделить на три категории:

- а) политика открытости (руководитель стремится к тому, чтобы каждый его шаг, каждое событие в компании адекватно освещалось в прессе);
- б) политика закрытости (руководитель стремится к полной закрытости);
- в) компромиссная политика (руководитель готов к сотрудничеству и контакту с журналистами в случае необходимости).

Контакты со средствами массовой информации руководитель компании должен планировать и осуществлять по согласованию с PR-службой. Официальные контакты также осуществляются после согласования с руководителем PR-службы. Функциональная схема корпоративного PR-подразделения зависит от объема поставленных задач и направлений работы, степени привлеченности рекламных и PR-агентств.

Специфика деятельности PR-структуры крупной промышленной компании заключается в большом объеме работ в регионах, где находятся стратегические объекты и подразделения, и лоббировании интересов компании в местных органах государственной власти. Спонсорство и благотворительная деятельность также становятся частью задач службы, поскольку, чем известнее и крупнее на рынке промышленная компания, тем большую социальную нагрузку по отношению к обществу ей приходится нести. Существенной работой в этом направлении является подготовка и реализация социальных программ, проектов внутрикорпоративного PR на предприятии, где обстановка в многотысячных трудовых коллективах существенно влияет на производственную деятельность [4].

Разработка в PR-службе направления «средства массовой информации» охватывает следующие виды работ: определение круга печатных и электронных изданий, подписание договора по долгосрочному сотрудничеству, определение сквозных тем с учетом специфики предприятия по пропаганде через СМИ.

Определение форматов взаимоотношений журналистов СМИ и PR-служб обуславливает конструктивность и корректность в реализации двусторонних интересов, не обязательно совпадающих по всем позициям. Ожидания журналиста могут отличаться (получение оперативной информации, сенсации), задача специалиста по PR – достойное позиционирование предприятия (компании) на страницах газеты даже в критической, «скандальной», ситуации.

Сложность работы со СМИ заключается в преобладании заказных работ. Эта тенденция основана на расширении бюджетов корпоративных PR-служб промышленных предприятий на публикации в средствах массовой информации. Финансовые вложения обеспечивают высокий имидж компании, не всегда соответствующий реальному положению дел. Однако, при планировании долгосрочных перспектив нужно исходить из того, что следовать политике оплаченных отношений с журналистами не рационально: нарушается ценовая политика на медиа-рынке, снижается доверие к печатным изданиям и электронным СМИ.

Деятельность крупных промышленных компаний создает потенциал для паритетной работы с медиа, который используется PR-службами: публичные высказывания и мнения руководителей как экспертов в различных вопросах интересны широкой общественности.

Спонсорская и благотворительная деятельность (участие первых руководителей, представителей компании в бизнес-мероприятиях – конференциях, семинарах, круглых столах) делает компанию известной как в корпусе деловой элиты, так и в общественной среде. Благотворительность – одно из средств создания репутации, свидетельство стабильности предприятия, что определяет его безусловную инвестиционную привлекательность. Понятно, что организации кризисного типа не будут заниматься благотворительностью. Успешное предприятие четко определяет приоритеты благотворительности. Финансируя затратные культурные проекты с участием известных деятелей культуры из зарубежья, предприятие приобретает определенную элитарность имиджа, устойчивое реноме среди своей целевой группы – властных и деловых кругов высшего порядка.

Комплексная программа PR деятельности АО «Алюминий Казахстана» включает несколько направлений.

АО «Алюминий Казахстана» входит в число десяти индустриальных лидеров на мировом алюминиевом рынке, специализируется на выпуске глинозема. Предприятие входит в группу предприятий ENRC (ранее – ЕПА) (Источник: CRU, 2008 г.). ENRC занимается добычей и переработкой минеральных ресурсов на интегрированных добывающих, перерабатывающих и энергетических, логистических предприятиях.

В АО «Алюминий Казахстана» PR-структура состоит из двух отделов:

- пресс-служба;
- департамент по персоналу и корпоративным коммуникациям.

Эти отделы сотрудничают с местными и республиканскими СМИ, организуют внутрикорпоративные и специальные общественные мероприятия, формируют и поддерживают положительный имидж предприятия, продвигают бренды предприятия на рынке.

Главной задачей пресс-службы является информирование общественности, создание благоприятных новостей о деятельности завода, его продукции, сотрудниках и достигнутых успехах. Пресс-служба регулярно публикует максимально полную информацию о деятельности компании, ее финансовом состоянии и перспективах. Предприятие тесно сотрудничает со средствами массовой

информации: «Экспресс К», «Звезда Прииртышья», «Городская неделя», телеканалами «Ирбис», «Казахстан-Павлодар».

В своей деятельности PR-служба выделяет основные целевые группы: местные органы государственной власти, государственные и негосударственные, общественные организации, население, сотрудники и акционеры, партнеры, СМИ, потребители.

Большее внимание в работе отдела по связи с общественностью уделяется созданию позитивного облика предприятия (достигающегося путем активности в социальной сфере) и внутрикорпоративным коммуникациям. Другими словами, работа ведется по двум направлениям: внешние и внутренние коммуникации. Внутренний и внешний PR взаимосвязаны. Для достижения успеха компании необходимо активизировать оба направления. Основными целями внутреннего PR являются: выстраивание корпоративных коммуникаций, формирование и укрепление корпоративной культуры, укрепление лояльности персонала.

Целью внутрикорпоративного PR является формирование коллектива преданных сотрудников конкурентоспособного предприятия реального сектора экономики Казахстана, убежденных в том, что работать в АО «Алюминий Казахстана» достойно и престижно. Задача внутрикорпоративного PR в АО «Алюминий Казахстана» - создание благоприятных и доверительных отношений руководства компании с персоналом всех уровней. От сплоченности коллектива и удовлетворенности ее работников условиями труда во многом зависит эффективность работы корпорации в целом.

Внешние коммуникации: поддержка постоянных контактов с партнерами, связь со СМИ, связь с гражданским обществом и институтами власти, реклама, прогнозирование рисков, подготовка к кризисным ситуациям, управление кризисами и ликвидация кризисов.

Кроме того, предприятие широко и масштабно проводит социально-значимые проекты, реализуя их как инвестиции в будущее (благотворительная помощь, спонсорская поддержка).

Предприятие инвестирует различные проекты социального назначения: культурные, научные, образовательные, спортивные проекты, акции и инициативы; инвестиции в здравоохранение. Также АО «Алюминий Казахстана» оказывает материальную помощь незащищенным слоям населения: ветеранам ВОВ, пенсионерам, малообеспеченным семьям, сиротам. Предприятие на регулярной основе проводит благотворительные акции, приуроченные к календарным праздникам; выделяет денежные средства не только на благотворительность, но и становится спонсором масштабных проектов через меценатство и целевое финансирование.

Анализ PR-службы АО «Алюминий Казахстана» показал, что уровень осуществления PR деятельности на предприятии соответствует общепринятым стандартам. Статусное положение предприятия в нашем регионе подтверждает значимость профессионального планирования и реализации PR. Благодаря работе PR-службы создается позитивный образ организации в глазах сотрудников, как работающих, так и потенциальных, улучшается репутация, создается имидж социально ответственной компании, повышается эффективность труда и возрастает сплоченность коллектива.

В целом, перспективы PR в казахстанской промышленности сегодня - это «посредничество» между компанией с обществом для установления прозрачных и открытых взаимоотношений. В обществе с недостаточно высоким уровнем деловой культуры, нестабильностью и борьбой за собственность крупным предприятиям (компаниям) приходится думать о том, как сохранить активы и не допустить дискредитации имиджа. В создании защитного механизма одна из ведущих ролей принадлежит PR, что обеспечивает его востребованность на промышленном рынке.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Юлдашева О.У. Промышленный маркетинг: Теория и практика: учебное пособие. – СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 1998. – 132 с.
- 2 Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью. Теория и практика. – Москва: Дело, 2006. – 550 с.
- 3 Шишкина М.А. Паблик рилейшнз в системе социального управления. – СПб.: СПбГУ, 1999. – 442 с.
- 4 Векслер А.Ф., Тульчинский Г.Л. Зачем бизнесу спонсорство и благотворительность. – Н. Новгород: Издат. центр агентства «PR-эксперт», 2002. – 310 с.

REFERENCES

- 1 Yuldasheva O.U. Promyshlenny marketing: Teoriya i praktika: uchebnoe posobie. – SPb.: Izd-vo SPbUYeF, 1998. – 132 s.
- 2 Chumikov A.N., Bocharov M.P. Svyazi s obshhestvennost'yu. Teoriya i praktika. – Moskva: Delo, 2006. – 550 s.
- 3 Shishkina M.A. Pablik rileyshnz v sisteme social'nogo upravleniya. – SPb.: SPbGU, 1999. – 442 s.
- 4 Veksler A.F., Tul'chinskiy G.L. Zachem biznesu sponorstvo i blagotvoritel'nost'. – N. Novgorod: Izdat. centr agentstva «PR-yekspert», 2002. – 310 s.

ТҮЙІН

Т.К. Маняпова, филология ғылымдарының кандидаты,

А.Б. Кожуханова

Инновациялық Еуразия университеті (Павлодар қ.)

Өнеркәсіптік кәсіпорындардың PR-қызметінің ерекшелігі («Қазақстан алюминийі» АҚ мысалында)

Бұл мақалада өнеркәсіптік кәсіпорындағы Public Relations ұйымының теориялық аспектілері қарастырылған, сонымен қатар «Қазақстан алюминийі» АҚ мысалында практикалық қолданылуының талдауы жүргізілген.

Түйін сөздер: қоғаммен байланыс, талдау, тиімділік, өнеркәсіп.

RESUME

T.K. Manyapova, candidate of Philological Sciences,

A.B. Kozhukhanova

Innovative University of Eurasia (Pavlodar city)

Specifics of PR-services of industrial enterprises (by example of JSC “Aluminium of Kazakhstan”)

Theoretical aspects of organization of Public Relations at the industrial enterprise are considered in the article. Also analysis of their implementation has been carried out by the example of JSC “Aluminium of Kazakhstan”.

Key words: public relations, analysis, efficiency, industry.

УДК 327.5

Чжан Сюэзе, ведущий научный сотрудник

Институт Северо-Восточной Азии, Академия общественных наук (КНР, пров. Хэйлуңцзян)

**Сотрудничество между Китаем, Россией и Монголией
в контексте безопасности региона Северо-Восточной Азии**

***Аннотация.** После холодной войны, особенно во втором десятилетии 21 века в связи с ухудшением ситуации на корейском полуострове и обострением правоуклонизма Японии, ситуация с безопасностью в Северо-Восточной Азии становится более напряженной. В статье на основе анализа особенностей геополитики и геоэкономики, особенностей ситуации в данном регионе в качестве эффективного механизма, способствующего регулированию его безопасности, автор рассматривает укрепление сотрудничества между Китаем, Россией и Монголией.*

***Ключевые слова:** ситуация безопасности, Северо-восточная Азия, сотрудничество между Китаем, Россией и Монголией.*

В начале 21 века ситуация безопасности в регионе Северо-Восточной Азии (СВА) становится все более напряженной. Способствуют столкновению между великими державами различия по общественному строю и идеологии, спорные территориальные вопросы и т.д. Поэтому отношения между странами в этом регионе остаются нестабильными, с трудом создаются отношения стратегического доверия друг к другу. Особенно после 2010 года, когда обострились военные конфликты на Корейском полуострове, КНДР запустила спутник и провела третье ядерное испытание, - все это сделало ситуацию на Корейском полуострове еще более напряженной. В будущем пути внутренней и внешней политики КНДР являются неопределенным фактором для безопасности в регионе СВА.

В настоящее время Япония также является одним из серьезных факторов угрозы безопасности в СВА. Япония пытается избавиться от «послевоенной системы» путем отрицания истории об агрессии других азиатских стран, непрерывного усугубления споров о суверенитете островов, изменения Конституции Мира для осуществления "коллективной самообороны". В данный момент в условиях отсутствия эффективного механизма сотрудничества совместная защита мира и стабильности в регионе становится ответственностью великих держав. Кроме того, Монголия, имеющая стратегическое значение для геополитической безопасности в СВА, также должна сыграть надлежащую роль.

Ситуация в СВА касается «шести стран или семи сторон», включая Китай, КНДР, Южную Корею, Россию, Монголию и США, и имеет две главные геополитические и геоэкономические черты. Во-первых, количество держав (США, Россия, Китай, Япония, всего 4), которые являются самыми влиятельными странами для современной мировой политики и экономики, превышает количество малых и средних стран (КНДР, Южная Корея, Монголия, всего 3). Во-вторых, малые и средние страны окружены державами. КНР и США являются самыми крупными странами, имеющими широкие и тесные связи с регионом СВА в политике, экономике, вопросах безопасности, далее следует РФ. Таким образом, СВА является территорией скрещивания интересов мировых держав и геополитические и геоэкономические условия имеют большое значение для международных отношений СВА.

После второй мировой войны перед странами СВА сохраняются серьезные проблемы безопасности, которые редко встретишь в других регионах мира: между материковым Китаем и Тайванем, Южной Кореей и КНДР имеется наличие проблем национального единства; Россия и Япония пока не заключили мирный договор. Вместе с тем, Япония с Россией, Корейским полуостровом и Китаем борется за принадлежность островов. Главная причина этих проблем заключается в завоевании и агрессии других стран Японией, в создании порядка после второй мировой войны США в регионе СВА.

В течение 20 лет после холодной войны державы СВА США, Россия, Китай, Япония стремятся к основанию и развитию партнерства разного типа. Их отношения вообще находятся в сравнительно устойчивом состоянии. В связи с этим СВА развивается устойчивым образом, отличаясь от других субрегионов, однако на Корейском полуострове, находящемся в юго-восточной части СВА, противостояние и холодная война ещё существуют. Поэтому ситуация Корейского полуострова стала индикатором для наблюдения за ситуацией в Северо-Восточной Азии.

С точки зрения международных отношений проблемы Корейского полуострова имеют несколько аспектов.

1) Суть проблемы Корейского полуострова заключается во взаимодействии северной и южной стороны Корейского полуострова. Направление внутренних дел и дипломатии КНДР и Южной Кореи прямо влияет не только на развитие взаимодействия северной и южной стороны Корейского полуострова, но и на другие проблемы.

2) Взаимодействие между державами и Корейским полуостровом. Проблема конкуренции и сотрудничества в ситуации Корейского полуострова также является важной причиной того, что Корейскому полуострову сложно избавиться от тени холодной войны.

3) Взаимодействие между правительственными международными организациями, неправительственными международными организациями и Корейским полуостровом.

4) Освещение международными СМИ проблем Корейского полуострова.

Эти четыре проблемы связываются и влияют друг на друга, в целом образуя проблему Корейского полуострова. Ядерные кризисы и многократные ядерные испытания на Корейском полуострове являются концентрированным воплощением перечисленных проблем.

В настоящее время Япония пытается избавиться от «послевоенной системы», рассматривая Китай и Россию как препятствие продвижения своего курса. Причина этого состоит в осознании Японией своей экономической мощи и поддержке стратегии США в качестве «баланса в Азиатско-тихоокеанском регионе». Если Япония непрерывно расширит вооруженные силы для осуществления «коллективной самообороны», тогда споры о суверенитете над островами со странами СВА решатся силовыми способами. Следовательно, Япония перейдет от «послевоенной системы» к восстановлению «двоевальной системы», однако сложно представить, что Япония еще раз завоеует азиатские страны иным путем.

Таким образом, сдерживание избавления Японии от «военной системы» стало основной задачей по сохранению мира и стабильности в СВА. Все страны, испытывавшие агрессию Японии, в частности Китай, Россия, Монголия, обладающие богатыми природными ресурсами и многочисленным населением, должны взять на себя историческую и международную ответственность за мир и развитие всего человечества. Чтобы выполнить эту задачу, Китай, Россия и Монголия должны путем сотрудничества и взаимной выгоды соединиться с другими странами в СВА (КНДР, Южная Корея и Тайвань), одновременно обращаясь ко всем странам мира с призывом об опасности избавлении Японии от «послевоенной системы».

Ситуация на Корейском полуострове обуславливает углубление сотрудничества между Китаем, Россией и Монголией из-за мировой стратегической обстановки, геополитических и геоэкономических условий. Поэтому, чтобы облегчить напряженную ситуацию на Корейском полуострове и создать стабильное состояние в СВА, необходимо делать акцент на экономическое сотрудничество и культурный обмен.

Следует отметить, что в последние годы все шире обсуждается идея реализации нейтрального статуса Монголии в деле превращения её в регионального медиатора, площадку для ведения различных, в том числе, сложных деликатных переговоров. Эта интересная идея заслуживает внимания и имеет шансы на реализацию при наличии ряда факторов, в том числе соответствующих финансовых возможностей. При этом представляется необходимым подчеркнуть, что важнейшим среди вышеупомянутых условий является сохранение нейтрального статуса, усиление взаимодействия Улан-

Батора в отношениях с великими державами. Так, например, одной из важных функций, которую могла бы выполнять диалоговая площадка в Улан-Баторе, является налаживание переговорного процесса по урегулированию Корейской проблемы. Северокорейские же представители, как известно, крайне чувствительны к вопросам уважения принципов равноправия, объективности, универсальности в учете интересов всех заинтересованных сторон.

В этих условиях традиционное дружественное сотрудничество трех континентальных держав Восточной Азии: КНР, России и Монголии, - имеет особое значение и получает дополнительный импульс. Вышеназванные государства являются участниками Шанхайской организации сотрудничества (ШОС). Эта организация играет важную стабилизирующую роль для укрепления мира и безопасности в Восточной и Центральной Азии.

Китай, Россия, Монголия, как региональные страны, непосредственные соседи Корейского полуострова, а КНР и РФ – страны, имеющие общую границу с Кореей, более других заинтересованы в обеспечении мира и стабильности как на полуострове, так и в других районах региона Восточной и Центральной Азии, предотвращения здесь военных, гуманитарных, экологических катастроф. Это создаёт естественные предпосылки для усиления сотрудничества в деле укрепления региональной безопасности как в рамках трехстороннего формата, так и в ШОС, а также других структурах.

Сотрудничество в областях энергии, ресурсов и транспортной логистики играет более важную роль между КНДР с Китаем, Россией и Монголией. В настоящее время энергоресурсы являются крупнейшим фактором для развития КНДР, сотрудничество в транспортной логистике – главным аспектом в проявлении своего географического преимущества. Наоборот, Китаю, России и Монголии нужно географическое преимущество КНДР, необходимо провести комплексные планирование и организацию сотрудничества в логистике и энергоресурсах для взаимной выгоды Китая, России, Монголии и КНДР. Если это сотрудничество принесет пользу, Южная Корея станет активно сотрудничать с Китаем, Россией, Монголией и КНДР, в дальнейшем Япония и США также приняли бы участие в этом сотрудничестве.

Вместе с этим Китай, Россия, Монголия и КНДР могут сотрудничать в решении глобальных вопросов борьбы с транснациональной преступностью, в предотвращении опустынивания, в экологическом управлении и других нетрадиционных проблемах безопасности с целью укрепления взаимного сотрудничества.

Наряду с вопросом о модели сотрудничества, возникает другой вопрос, на каких принципах и по каким правилам должна работать подобная модель? На наш взгляд, должно быть соблюдено несколько основных принципов:

1. Обеспечение и поддержание высокого уровня взаимного доверия между Китаем, Россией и Монголией.
2. Строгое соблюдение принципа равноправия и невмешательства во внутренние дела государств.
3. Достижение консенсуса и выработка общей позиции по ключевым вопросам, касающимся азиатского региона, в первую очередь вопросов развития сотрудничества и безопасности.
4. Оказание взаимного содействия на международной арене.
5. Нарастивание объемов экономического сотрудничества, взаимной торговли и её диверсификации в интересах данных стран.
6. Установление четких и взаимоприемлемых правил, обязательных для всех участников.

В заключение хотелось бы отметить, что трехсторонние отношения имеют все основания для развития и укрепления, однако потребуют от участников взвешенного и разумного подхода, а также настойчивости в достижении положительных результатов, что должно служить на благо народов Китая, России и Монголии. Установление взаимовыгодного и равноправного сотрудничества послужит делу укрепления стабильности и мира в регионе СВА.

ТҮЙІН

Чжан Сюэце, Қоғамдық ғылымдар академиясының Солтүстік-Шығыс Азия институтының жетекші ғылыми қызметкері (ҚХР, Хэйлуңцзян пров.)

Қытай, Ресей және Моңғолия арасындағы ынтымақтастық Солтүстік-Шығыс Азия аймағының қауіпсіздігі контекстінде

Суық соғыстан кейін, әсіресе 21 ғасырдың екінші он жылдығында Корей түбегіндегі жағдайдың нашарлауы және Жапонияның құқықтан бұлтартуының ушығуымен байланысты Солтүстік-Шығыс Азиядағы қауіпсіздік жағдайы шиеленісіп тұр. Мақалада геосаясат пен геоэкономика ерекшеліктерін, осы аймақтың қауіпсіздігін реттеуге ықпал ететін тиімді механизм ретінде ондағы жағдайдың ерекшеліктерін талдау негізінде автор Қытай, Ресей және Моңғолия арасындағы ынтымақтастықты нығайтуды қарастырады.

Түйін сөздер: қауіпсіздік жағдайы, Солтүстік-Шығыс Азия, сотрудничество между Қытай, Ресей және Моңғолия арасындағы ынтымақтастық.

Zhang Syutsze, *Leading Researcher*

Institute of North East Asia, Academy of Social Sciences (China, Heilongjiang)

Cooperation between China, Russia and Mongolia in the context of regional security in North East Asia

Abstract. *After the Cold War, especially in the second decade of the 21st century due to the deterioration of the situation on the Korean peninsula and the aggravation of Japan, the security situation in North East Asia is becoming more intense. On the basis of analysis of geopolitics and geo-economics features, the characteristics of the situation in the region as an effective mechanism to facilitate the management of its security, the author considers the strengthening of cooperation between China, Russia and Mongolia.*

Keywords: *security situation, Northeast Asia, cooperation between China, Russia and Mongolia.*

Технические науки

UDC 637.146

T.N. Dubrovina, Master of biotechnology,

P.V. Dubrovin, Candidate of Engineering Science,

T.A. Nazarenko, Candidate of Engineering Science

Innovative University of Eurasia (Pavlodar)

E-mail: taniyna_n_dubrovina@mail.ru

Production technological process of baby fermented milk product of probiotic direction

***Annotation.** This article gives a detailed description of production technological process of new infant fermented product of probiotic direction. Moreover, there are developed two recipes of new product.*

***Key words:** ferment, corn and buckwheat puree, coneflower, seeds of lint.*

In the production of liquid milk product the most perspective direction is enriched by baby fermented milk product, which is determined by the presence of growing demand for baby health food and existence at the republic of innovative developments in this area as well as a wide form of preventive products at the base of fermented milk [1].

Therapeutic and nutritional properties of these products are pre-determined mainly by the intensity and direction of microbiological processes, due to the beneficial properties of the fermented microflora. Due to the life activity of ferment microorganisms there are cumulated active ingredients in the products such as dairy and other organic acids, vitamins, enzymes, free amino acid and antibiotic agents. These components contribute to unsubstantial digestibility of dairy products. Use of fermented milk mixtures in child nutrition improves digestion and food assimilation due to increased activity of intestinal enzymes, increased gastric acid secretion and normalization of intestinal microflora. Microecological effectiveness of products can be increased by special choice of ferment microflora and significantly enhance their useful properties. Products prepared with bifidobacteria and lactobacilli, are quite effective for the treatment of chronic disorders and disorders of the gastrointestinal tract, for the prevention and treatment of rickets and anemia. They are used in the treatment of acute intestinal infections, intestinal dysbiosis, exudative diathesis and etc [2].

At the department of "Applied Biotechnology" of the Innovative University of Eurasia was developed a new baby fermented milk of probiotic direction, which was received from the cow's milk. Fermented milk product is produced from normalized by content fat and milk solids, which is soured by ferment and prepared on pure cultures of bifidus bacteria, *Lactobacillus acidophilus* and thermophilus *Streptococcus* with the addition of corn and buckwheat puree, and decoctions of echinacea and flaxseeds in a ratio of 1:1 with the addition of sand sugar.

The leading role in the normalization of intestinal microflora, improving processes of absorption and hydrolysis of fats, protein and mineral metabolism, maintaining the nonspecific organism resistance is given to bifidus bacteria. Bifidus bacteria possess of a high antagonistic activity in relation to pathogenic and opportunistic microorganisms, and neutralize toxic metabolites, which are formed by them in the gut. In the milk, fermented by bifidus bacteria, there are 40% at the portion of essential amino acids. Also, bifidus bacteria synthesize vitamins of B group (B₁, B₂, B₆, B₁₂), folic acid, vitamin K, and the majority of amino acids such as lysine, arginine, glutamic acid, valine, methionine, leucine and tyrosine [3].

The energy of acid formation of *Str. thermophilus* exceeds all lactic streptococci and achieves the level of thermophilic lactobacilli, where milk is soured for 3,5-6,0 hours. Optimal growth temperature is 37-40 degrees of Celsius. It is sensitive to antibiotics, but resistant to bacteriophage. Possess of a high thermal stability and holds temperature of 75 degrees of Celsius for 15 minutes and at 65 degrees of Celsius for 30 minutes and, thereby, constitutes a significant part of milk microflora after pasteurization. Some types of thermophilic streptococci form diacetyl; which are precious as they substantially improve quality of the product [4].

Lactobacillus acidophilus is widely used for prevention and treatment of patients with various types of acute and chronic diseases of the digestive tract, inflammatory diseases of air passage and bacterial infections of the genitourinary system. Representatives of *L.acidophilus* are used as well as antioxidants means, which decrease lipid peroxidase, and stimulate the growth of other lactobacilli and bifidobacteria. These microorganisms have antitumor activity and stimulate different immunity linkages [5].

Buckwheat contains fewer carbohydrates than other cereals. However, it is a valuable dietary protein product with high amino acids content. And primary, buckwheat is a reach source of iron. Buckwheat contains a large number vitamins and minerals. There are such vitamins in buckwheat as B₁, B₂, B₆, PP, P and rutin, which is a substance that possess of vitamin activity. In addition, buckwheat strengthens capillaries and detoxifies the

liver and very useful for intestine, especially at constipation. It is famous for its cholesterol lowering properties. It helps at osteoarthritis, celiac disease and also helps relieve of mild depression by raising the level of dopamine.

Rich nutritional composition has also corn cereals in particular; it is rich in vitamins (including A, E, PP and group B), as well as various minerals, such as silica, iron and other, and very significant for the body amino acids and other organic substances. Primarily, a corn cereal is known for its leading out properties: it promotes the excretion of various harmful substances, radionuclides and toxins from the human body. Also, due to the high content of useful natural fiber, the use of corn porridge helps to cleanse the stomach and intestines, as well as maintaining the normal function of the digestive system. Corn cereals are a low-allergenic product. Therefore, it can be used by everybody as adults with high sensitivity as little kids. Wheat cereal is especially valued for its restorative properties, it stimulates the immune system and especially recommended people who are professionally involved with heavy physical labor. Wheat cereal is a natural source of energy for the human body, which makes it an indispensable product, as in a daily diet as well as in a dietary food [6].

Echinacea has shown itself as a means of stimulating the immune system. In West Germany more than 200 pharmaceutical preparations, including extracts, ointments and drinks are manufactured from Echinacea.

Alkylamides, which is contained in the largest concentration in the roots of *E. angustifolia*, have mild anesthetic properties. They give distinctive for Echinacea tingling sensation on the tongue at its ingestion. Echinacea extracts are used effectively in the treatment of chronic infections of the upper respiratory tract. In a double-blind placebo controlled research 108 people were treated for 8 weeks with liquid ehinatsin. In comparison with the placebo group who took ehinatsin decreased duration of the disease, and the symptoms were less severe. At 36 % of those who were under the treatment by ehinatsin infection, in a consequence, did not renew. Out of all chemical compounds that make up Echinacea, the most comprehensively studied are polysaccharides, which many scientists link the ability of Echinacea to stimulate the immune. Inulin activates the immune system which intensifies movement of white blood cells in areas of infection, increasing the solubility of immune complexes and destroying bacteria, viruses and other microorganisms [7].

The major active ingredients, contained in the flaxseeds, are proteins, polysaccharides; vegetable fibers (lignans); polyunsaturated fatty acid (α -linolenic and other) and vitamins A,B,E,F. Proteins of amino acids model, contained in the flaxseeds, are similar to the model of amino acids, kept in soy proteins, which are considered to be the most nutritious vegetable proteins. Polysaccharides have static membrane action, whereby the flaxseed is used as a coating, soothing, anti-gastritis and gastric ulcer. In addition, flaxseed is used in food poisoning, as polysaccharides reduce absorption of toxins. Lignans have antimitotic, estrogen blocking action, which leads to the use of flaxseed at oncological diseases associated with hormonal disorders. They also cause an antibacterial, antifungal and antiviral effect. Polyunsaturated fatty acids are α -linolenic (Omega 3), linoleic and oleic acids. They have antimitotic and blocking estrogen effect which leads to the use of flaxseed at oncological diseases associated with hormonal disorders. There must be a balance of these acids in the human body, which as proved by scientists, is indispensable in human life or as they are called a natural youth elixir. One of these acids, Omega-3, is available in large quantities only in fish oil and in flaxseed [8].

Manufacturing process begins with the acceptance of milk and quality assessment. Milk is accepted in accordance with the State Standard 13264-88, the proportion of fat mass, density, pH and purity is determined, as well as an organoleptic estimation is carried out.

According to physico-chemical characteristics of milk, intended to production of baby foods, it must meet the requirements shown in the table 1.

Table 1 - Physico-chemical characteristics of milk, intended to production of baby foods

Index	Norm for milk
Content in %:	
solids	12,5
proteins, no less than	3,0
fat, no less than	3,3
lactose, no less than	4,6
Thermal resistance	Does not form a clot by adding a 75% ethanol
Density, kg/m^3 , no less than	1028
titratable acidity, °T	16-18
active acidity, units no less than	6,5
Bacterial contamination on reductase test must be no lower than for one class and the number of microorganisms in 1 cm^3	No more than 500 thousand
Purity degree according to the standard	No lower than the first group
Content of somatic cells in 1 cm^3	No more than 100 thousand
Storage temperature, °C	No more than 5

Cleaning is carried out by passing the milk through a filter or separator. In order to maximize (till 95 %) elimination of microorganisms it is recommended to use bactofugation of milk on special centrifugal machines such as bactofuge.

After purification the milk is directed to processing or stored prior to use. If after purification milk is processed not immediately it must be cooled immediately to 2-4 degrees of Celsius on the plate cooler and send for reservation. Reservation length should not exceed 48 hours, because even at 2-4 degrees of Celsius there are can be developed psychrophilic bacterium in the milk. Allocated ferments can lead to lipolysis of milk fat and partial protein hydrolysis. These changes may negatively affect at the quality of the finished product.

Normalization of milk, according to fat content, is held at separator, which normalizes, and by means of butter screw standardized milk fat is regulated. Under use of cream separator normalization is carried out by mixing the calculated amount of milk and cream.

In the production of dairy products for baby food it must be also applied sufficiently high regimes of heat treatment: pasteurization at 90 degrees of Celsius at 2-3 minutes exposure or sterilization at 135 degrees of Celsius – 2-5 seconds. The mixture is cooled to fermentation temperature 40 ± 1 degrees of Celsius.

In cooled to a fermentation temperature of 40 ± 1 degrees of Celsius pasteurized mixture adds from 5 % of ferment, consisted of bifidobacteria cultures, acidophilous bacterium and *Streptococcus thermophilus* in relations of 3:0,5:0,5. In case of violation of this proportion, it is possible availability of sharp sour smell in the product, grain structure and expressed synaeresis. Ferment should be freshly-prepared with the pH of 90 °T. After making ferment mixture is stirred for 10-15 minutes for the proportional ferment distribution. Essential meaning for the product quality has such feature as duration of fermenting and achievement of certain acidity before cooling. With the active ferment necessary acidity is 60-65 °T which is provided for three hours.

To the partially cooled (to 14-16 degrees of Celsius) clot it is added corn and buckwheat puree as well as Echinacea broth with sugar and flax seeds in a ratio of 1:1, gently stir and send to fermentation at the temperature of 40 ± 1 degrees of Celsius for two hours till acidity of 80-85 °T. Ready product is refrigerated to the temperature of 4-6 degrees of Celsius and goes on pouring.

The main components and formulation of baby fermented milk product of probiotic direction are shown in the table 2.

Table 2 - Formulation of child probiotic fermented milk product direction (kg at 100 kg)

Raw materials	Formulation kg at 100 kg	
	With buckwheat puree, with broth of Echinacea with sugar and flax seed broth	With corn puree, with broth of Echinacea with sugar and flax seed broth
Normalized milk 3,3 % fatness	75	75
Corn puree	15	
Buckwheat puree		15
broth of Echinacea with sugar and flax seed broth in a ratio of 1:1	5	5
Ferment at skimmed milk	5	5
TOTAL:	100	100

Prepared baby fermented milk product of probiotic direction (2 formulation) have a complete amino acid composition of protein as there are no limiting amino acids. Therefore, this product can be recommended to children at the age from 1 to 3 years, as the product which possess of a high biological value.

LIST OF REFERENCE

- 1 Курмангалиев С.Г. Индустриально-инновационное развитие молочной отрасли Казахстана – основа повышения ее конкурентоспособности // Пищевая и перерабатывающая промышленность Казахстана. - 2009. - № 3. - С.29-31.
- 2 Гаврилова Н.Б., Щетинин М.П., Мартемьянова Л.Е. и др. Технология молочных продуктов для детского питания: учебное пособие. – Барнаул-Омск: Изд. АлтГТУ, 2005. – 290 с.
- 3 Степаненко П.П. Микробиология молока и молочных продуктов. - М.: Лира, 2002. - 413 с.
- 4 Корнеллаева Р.П., Степаненко П.П., Павлова Е. В. Санитарная микробиология сырья и продуктов животного происхождения. - М.: Лира, 2006. – 407 с.
- 5 Андросова Н.Л., Никонова Н.К., Барышенкова Е.П. Разработка новых видов кисломолочных продуктов для детского питания // Материалы 1-го Всероссийского Конгресса «Питание детей XXI века», 2000. - С. 143.
- 6 Ревякина В.А., Боровик Т.Э. и др. Оптимизация питания детей с пищевой аллергией, обусловленной непереносимостью злаков // Педиатрия. - 2004. - № 4. – С. 48-50.
- 7 Бурик Д., Квик Х., Вилсон Т. Лечебные свойства эхинацеи // Провизор. - 1998. - №3. – С. 25-28.

8 Дубровская М.И., Мухина Ю.Г., Нетребенко О.К. Пробиотики и формирование микробиоценоза кишечника у детей первого года жизни // *Лечащий Врач*. - 2003. - № 5. - С. 20-24.

REFERENCES

1 Kurmangaliev S.G. Industrial'no-innovacionnoe razvitie molochnoy otrasli Kazahstana – osnova povysheniya ee konkurentosposobnosti // *Pishhevaya i pererabatyvayushhaya promyshlennost' Kazahstana*. - 2009. - № 3. - S. 29-31.

2 Gavrilova N.B., Shhetinin M.P., Martem'yanova L.E. i dr. *Tehnologiya molochnyh produktov dlya detskogo pitaniya: uchebnoe posobie*. – Barnaul-Omsk: Izd. AltGTU, 2005. – 290 s.

3 Stepanenko P.P. *Mikrobiologiya moloka i molochnyh produktov*. - M.: Lira, 2002. - 413 s.

4 Kornelaeva R.P., Stepanenko P.P., Pavlova E. V. *Sanitarnaya mikrobiologiya syr'ya i produktov zhivotnogo proishozhdeniya*. - M.: Lira, 2006. – 407 s.

5 Androsova N.L., Nikonova N.K., Baryshenkova E.P. *Razrabotka novyh vidov kislomolochnyh produktov dlya detskogo pitaniya // Materialy 1-go Vserossiyskogo Kongressa «Pitanie detey XXI veka», 2000*. - S. 143.

6 Revyakina V.A., Borovik T.Ye. i dr. *Optimizatsiya pitaniya detey s pishhevoy allergiey, obuslovennoy neperenosimost'yu zlakov // Peditriya*. - 2004. - № 4. – S. 48-50.

7 Burik D., Kvik H., Vilson T. *Lechebnye svoystva yehinacei // Provizor*. - 1998. - №3. – S. 25-28.

8 Dubrovskaya M.I., Muhina Yu.G., Netrebenco O.K. *Probiotiki i formirovanie mikrobiocenoza kishechnika u detey pervogo goda zhizni // Lechashhiy Vrach*. - 2003. - № 5. - S. 20-24.

ТҮЙІН

*Т.Н. Дубровина, биотехнология магистрі,
П.В. Дубровин, техника ғылымдарының кандидаты,
Т.А. Назаренко, техника ғылымдарының кандидаты
Инновациялық Еуразия университеті (Павлодар қ.)*

Пробиотикалық бағыттағы балаларға арналған сүт қышқылды өнімді өндірудің технологиялық процесі

Берілген мақалада пробиотикалық бағыттағы балаларға арналған сүт қышқылды өнімді өндірудің технологиялық процесі толық сипатталған. Жаңа өнімнің 2 рецептурасы әзірленген.

Түйін сөздер: ашытқы, жүгері және қарақұмық жармасының езбесі, эхинацея, зығыр тұқымдары.

*Т.Н. Дубровина, магистр биотехнологии,
П.В. Дубровин, кандидат технических наук,
Т.А. Назаренко, кандидат технических наук
Инновационный Евразийский университет (г. Павлодар)*

Технологический процесс производства детского кисломолочного продукта пробиотической направленности

В данной статье подробно описан технологический процесс производства нового детского кисломолочного продукта пробиотической направленности. Разработаны 2 рецептуры нового продукта.

Ключевые слова: закваска, пюре кукурузной и гречневой крупы, эхинацея, семена льна.

УДК 637.1:663.913.53 (574)

Д.С. Свидерская, кандидат технических наук,

Б.Т. Нурғалиева

Инновационный Евразийский университет (г. Павлодар)

E-mail: Sofilsev@rambler.ru; nurgalieva_bakhytgul_888@mail.ru

Разработка нового творожного продукта с функциональными свойствами

***Аннотация.** В данной статье отражен анализ мирового производства и потребления молочных продуктов, а также современное состояние и перспективы развития молочной отрасли Казахстана, проблемы качества молочного сырья для производства отечественных товаров.*

***Ключевые слова:** творожный продукт, качество продукции, селен, функциональные свойства, растительное сырье, кукурузная крупа, молочное сырье.*

В соответствии с Программой «Индустриально-инновационное развитие Казахстана - 2020», будущее страны тесно связано с развитием перерабатывающих отраслей АПК, и особенно, с развитием технологий глубокой переработки сельскохозяйственного сырья в качественные конкурентоспособные отечественные продукты питания.

Для организации здорового питания населения важную роль играют молоко и молочные продукты. Особое место среди широкого ассортимента молочных продуктов занимают творожные сырки, их популярность объясняется высокой биологической и пищевой ценностью, которая обусловлена сбалансированным сочетанием незаменимых аминокислот, полиненасыщенных жирных кислот, высоким содержанием кальция и широкой гаммой макро- и микроэлементов, витаминов, легкоусвояемой формой молочного жира и достойными органолептическими показателями.

В настоящее время на рынке представлено значительное количество различных видов творожных продуктов, поэтому задачей первостепенной важности является повышение конкурентоспособности отечественных производителей, создание высоких технологий, быстро реагирующих на спрос рынка. Решение данной задачи будет способствовать не только увеличению объемов производства, но и улучшению качества вырабатываемых товаров, более полному удовлетворению растущих потребностей населения и их потребительских предпочтений к качеству, массе, форме и виду упаковки.

Кроме того, повышению качества творожных продуктов и улучшению экономических показателей их производства способствует применение таких технологических приемов и биотехнологических средств, как использование повышенных температур пастеризации и двойной термической обработки молока в сочетании с созреванием молока со специальной закваской, регулирование минерального состава молока, использование новых ферментных препаратов.

Таким образом, основными факторами, определившими высокий уровень развития промышленности являются: высококачественное сырье, высокая плотность его производства и увеличение на этой базе единичной мощности молочных предприятий, минимальные сезонные колебания в закупках молока, эффективные технологии, стабильно высокое качество готовой продукции, себестоимость которой позволяет реализовать ее по ценам растущего спроса, технический уровень технологического оборудования [1].

Говоря о себестоимости, следует отметить, что актуальной остается концепция разработки продуктов, обеспечивающих ее снижение. Это обусловлено ограничением объема продаж творожной продукции покупательской способностью населения Казахстана.

Так, например, ученые Семья изготовили установку по концентрированию молочной сыворотки, которая позволяет производить глубокую переработку вторичного молочного сырья с увеличенным сроком хранения, и тем самым создать базу безотходного производства молочных мини-предприятий. Полученная концентрированная сыворотка молока, позволила изготовить 10 видов продукции: курт, сыр, творог, джент и кисломолочные приправы для национальных блюд. В зависимости от вырабатываемого продукта есть возможность получить творожную и казеиновую сыворотку [2].

Другое важное направление, которым занимается компания «Фудмастер», возможность хранения продуктов до 21 дня, что преследует сразу несколько целей:

- дополнительная гарантия безопасности молочного продукта при его длительном хранении и хранении в открытом виде;

- большой спрос владельцев торговых точек для реализации – они могут быть уверены, что качественный продукт не испортится на их прилавках и дойдет до конечного потребителя полезным и вкусным;

- возможность доставить продукт с продленным сроком годности в более отдаленные регионы Казахстана, а также за его пределы.

Получение продуктов с увеличенным сроком хранения, в первую очередь, стало возможным из-за использования высококачественного исходного сырья и конечно благодаря использованию высоких технологий переработки.

В компании уделяют максимальное внимание качеству продукции. Основными его составляющими являются натуральные ингредиенты, высокотехнологичные условия производства и профессиональная квалификация всех сотрудников предприятий компании. Уже много лет компания производит продукты с использованием ультрасовременного оборудования, а уникальная система контроля качества на всех этапах производства позволяет выпускать натуральные, высококачественные продукты [3]. Но использование современных технологий не обеспечивает повышения количества отечественной продукции на рынке. В связи с этим наблюдается высокий процент продажи импортной творожной продукции. Так, в РК наблюдается существенное влияние импорта по данному виду продукции, а именно сыра и творога составляет до 55 % от внутреннего потребления. Объемы импорта творога в Казахстан за период с 2007 по 2014 г. увеличились на 60 % (с 4,7 до 7,6 тыс. тонн). Крупнейшими поставщиками творога в Казахстан являются Россия (4,5 тыс. тонн), Украина (2 тыс. тонн) и Киргизия (444 тонны).

Свыше 50 % импортных поставок творога поступает из России, при этом существенный рост импорта творога осуществляется из Украины при одновременном снижении объема поставок из Киргизии [4].

Покупатель редко изучает информацию на упаковке, больше внимания обращает на цену. Ведь ни для кого не секрет, что отечественная продукция в этом отношении уступает импортной. Для решения сложившейся ситуации разработана программа «Агробизнес-2020», которая к 2020 году позволит свести к нулю существующий дефицит, разрыв между потребностями населения и возможностями наших производителей. Тогда Казахстан сможет конкурировать с россиянами и белорусами и по цене, и по объемам [5].

Для сохранения качества продукции и уменьшения цены перспективным направлением является производство комбинированных продуктов. В этой связи наиболее актуальным станет создание молочных продуктов, характеризующихся повышенной биологической и пищевой ценностью за счет использования биологически активных веществ: некоторых макро- и микроэлементов, витаминов, балластных, пектиновых веществ и др. Кроме того, исследования пищевого рациона населения индустриально развитых стран позволяют сделать вывод об уменьшении доли ряда эссенциальных компонентов пищи.

Казахстан не является исключением. Недостаточная обеспеченность населения эссенциальными микроэлементами является острой проблемой. Особое внимание следует уделить селену. Его дефицит является одним из факторов риска возникновения злокачественных новообразований, заболеваний сердца, сосудов, болезней суставов и т.д. Обеспеченность селеном приобретает особое значение для людей, подвергшихся воздействию радиоактивного излучения, так же дефицит селена в организме ведёт к усилению процесса перекисного окисления липидов, неконтролируемое развитие которого грозит грубым и необратимым повреждением мембран клеток, что является основой многих патологий. В условиях недостаточности в организме селена нарушается обмен йода [6].

Селен - это биологически активный микроэлемент, входящий в состав ряда гормонов и ферментов, связан со всеми органами и системами. Его поступление в организм наряду с другими микроэлементами необходимо для поддержания нормального функционирования организма [7].

Селен используют для того, чтобы защитить организм от притока вредных веществ. Так как недостаточная обеспеченность селеном снижает устойчивость организма к вредным воздействиям у лиц, проживающих в экологически неблагоприятных регионах, и в то же время у этих же лиц имеет место дальнейшее снижение уровня эндогенного (внутри организменного) селена вследствие антропогенных воздействий (в первую очередь, радиаций и химических загрязнений).

Экспериментальные исследования и работы ученых многих стран по изучению роли селена показали, что селен оказывает целебный и профилактический эффект при многих заболеваниях, а также способствует очищению организма от шлаков и различных токсичных веществ, повышают иммунитет и усиливает процессы саморегуляции организма [8].

Селен поддерживает работу иммунной системы и является важнейшим компонентом иммунной защиты, способствует образованию антител, предотвращает развитие некоторых опухолевых заболеваний, активно участвует в обменных процессах, протекающих в кожных покровах, предупреждает раннее старение.

Дефицит селена в окружающей среде, обуславливающий его низкое содержание в организме, может вызывать заболевания разных органов и систем, способствовать прогрессирующему поражению миокарда (один из примеров – селенодефицитная кардиопатия) и нарушать репродуктивную функцию, а также сопровождаться кистозным фиброзом поджелудочной железы (замещение ткани железы соединительной тканью и образованием полостей), что у детей может приводить к летальным исходам, провоцировать бронхиальную астму и ряд других патологий. При пониженной обеспеченности селеном и соответственно низком содержании этого элемента в крови возрастает риск возникновения онкологических заболеваний.

Антиоксидантная активность селена позволяет ему оказывать детоксицирующее действие по отношению к тяжелым металлам: метилу ртути (вредные отходы в целлюлозной промышленности), солям кадмия, серебра, висмута, таллия. Биологическая активность селена не исчерпывается только

антиоксидантным действием. Так, например, этот микроэлемент в виде селеноцистеина (соединение селена с аминокислотой цистеином) входит в состав фермента, участвующего в превращении прогормона тироксина в трийодтиронин. В связи с этим обеспеченность селеном очень важна для людей, подвергшихся воздействию радиоактивного йода и входящих в группу риска развития аденомы щитовидной железы.

Исследования китайских ученых показали, что адекватное обеспечение организма селеном способствует замедлению процессов старения и ведет к долголетию. Прием препаратов, содержащих селен, у больных с сердечно-сосудистыми заболеваниями, особенно в сочетании с патологией поджелудочной железы, обязателен. По литературным данным, у больных сахарным диабетом, получавших селеносодержащие препараты, отмечено снижение уровня сахара в крови в среднем на 30 %, вследствие чего возможно снижение дозы сахаросодержащих препаратов.

Недостаточная обеспеченность селеном снижает устойчивость организма к вредным воздействиям у лиц, проживающих в экологически неблагоприятных регионах, и в то же время у этих же лиц имеет место дальнейшее снижение уровня эндогенного (внутри-организменного) селена вследствие антропогенных воздействий (в первую очередь, радиации и химических загрязнений). Недостаток его вызывает слабость, повышенную утомляемость, головокружение. При дефиците селена снижается против инфекционный и противоопухолевый иммунитет, функциональная активность щитовидной железы, печени и поджелудочной железы. Развиваются дисбактериоз и аллергии, возникают дистрофические изменения в мышцах, рассеянный склероз, задержка роста и развития. Именно селен предохраняет нас от отравлений свинцом, кадмием, ртутью, спиртом, табачным дымом и угарным газом. Более того, имеющиеся данные свидетельствуют о непосредственном повреждающем влиянии этого микроэлемента на опухолевые клетки человека. Он противостоит раку толстой кишки, печени, молочной железы [9].

Учитывая рекомендации Всемирной организации здравоохранения ежедневно человек должен потреблять 55 мкг селена. Максимальная допустимая суточная дозировка селена – 400 мкг. Около 2 млрд человек на планете испытывают дефицит этого микроэлемента.

Вследствие вышеизложенного разработка технологии и создание продуктов функционального назначения, содержащих микроэлементы и витамины, является актуальной. Поэтому мы предлагаем в качестве антиоксиданта использовать селен, придающий продукту функциональные свойства и продлевающий сроки хранения молочных продуктов из-за того, что обладает антиоксидантными свойствами и работает в тесной взаимосвязи с витамином Е, а также содержит в себе ферменты тиоредоксинредуктаза и глутатионпероксидаза.

При этом селен должен быть использован в качестве добавки в виде порошка, который вводится после отделения сгустка. Преимуществом добавления селена в виде порошка является то, что порошки содержат в себе вещества в тонко измельченном виде и поэтому форма имеет большую поверхность соприкосновения с тканями, следовательно, обладает высоким фармакологическим эффектом и точностью дозировки.

Также для улучшения потребительских свойств предлагаем использовать растительное сырье, содержащие селен. Проведя анализ литературных данных выявлено, что один из таких компонентов может быть кукурузная крупа. Кукурузная крупа характеризуется большим содержанием витаминов - группы А, В1, В2, В6, В9, Е, Н и РР, а также макро- и микроэлементов, таких как калий, железа, магний, фосфор, кальций, кремний, сера, натрий, молибден, бор, кобальт и др. Кукурузная крупа славится наличием двух незаменимых аминокислот лизина и триптофана. Также в ней содержится до 75 % углеводов, каротин и 18 мкг селена, поэтому она особенно рекомендуется пожилым людям и тем, кто ведет малоподвижный образ жизни. Калорийность кукурузной крупы составляет 328 ккал на 100 г готового продукта. В ней содержатся: белки – 8,3 г; жиры – 1,2 г; углеводы – 71 г; пищевые волокна – 4,8 г. Каша из кукурузы малокалорийна, способна выводить жир из организма. Кукурузная каша лучше всего выводит пестициды из организма. Кукурузная крупа относится к низкоаллергенным крупам, что особенно важно для детского питания. Кукурузная крупа способствует торможению процессов брожения и гниения в кишечнике за счет содержания в ней пищевых волокон. Кукурузная крупа полезна для профилактики сердечно-сосудистых заболеваний. Кукурузную крупу необходимо подвергнуть термической обработке и вносить в творожный продукт после отделения сгустка [10].

Технологический процесс должен осуществляться с соблюдением санитарных норм и правил для предприятий молочной промышленности, утвержденных в установленном порядке. В способ производства комбинированного творожного продукта входит приготовление производственной закваски. Творожный продукт производится по определенной технологии, формируемой технологической схемой. Технологический процесс производства состоит из следующих операций: приемка молока, нормализация молока, пастеризация смеси, охлаждение, заквашивание, перемешивание, сквашивание, отделение сгустка (выпаривание массы), приемка и подготовка сырья к производству, подготовка и дозирование рецептурных компонентов, тепловая обработка (варка) кукурузной крупы, сушка вареной кукурузной крупы, внесение кукурузной крупы после тепловой обработки и селена, перемешивание и охлаждение, фасовка, упаковывание в тару, маркировка, хранение и транспортировка.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Туганова Б.С. Современное состояние сыродельной отрасли Казахстана. – Режим доступа: <http://www.group-global.org/publication/view/6538>.
- 2 Информационный центр ВКО. Ученые Семей изготовили установку по концентрированию молочной сыворотки. – Режим доступа: <http://iap.kz/ru/news-ru/item/483-uchenyie-semeya-izgotovili-ustanovku-po-kontsentrirvaniyu-molochnoy-syivorotki>.
- 3 Бируля А. После реконструкции молочный завод «ФудМастер Павлодар» стал одним из самых современных молочных производств. – Режим доступа: http://www.foodmaster.kz/ru/press_center/press_releases/item/284/?sid=ur0njum621v4ad1uki7ta19h75.
- 4 Казах-Зерно. Что мы едим? Обзор продовольственного рынка Казахстана. – Режим доступа: http://www.kazakh-zerno.kz/index.php?option=com_content&task=view&id=83239&Itemid=108.
- 5 Сулова В. Молочная отрасль Казахстана: остались лишь надежды. – Режим доступа: http://www.kazakh-zerno.kz/index.php?option=com_content&task=view&id=87031&Itemid=1.
- 6 Абжалелова Л., Абжалелова А. Целевые добавки, повышающие пищевую и биологическую ценность молочных продуктов. – Режим доступа: http://www.rusnauka.com/33_DWS_2013/Economics/9_149678.doc.htm.
- 7 Полезный сайт. Селен – активный убийца рака. – Режим доступа: <http://2009.blox.ua/2008/08/SELEN-AKTIVNYJ-UBIJTSA-RAKA.html>.
- 8 Секреты здоровья. Селен. – Режим доступа: <http://corallcalcium.blogspot.com/2007/10/selenium.html>.
- 9 АльтерМед. Нутрикон – селен и его применение. – Режим доступа: http://altermed.com.ua/comment_6583.
- 10 Женская энциклопедия. Кукурузная крупа. – Режим доступа: http://womanwiki.ru/w/Кукурузная_крупа.

REFERENCE

- 1 Tuganova B.S. Sovremennoe sostoyanie syrodel'noy otrasli Kazakhstana. – Rezhim dostupa: <http://www.group-global.org/publication/view/6538>.
- 2 Informatsionnyi tsentr VKO. Uchenye Semeya izgotovili ustanovku po kontsentrirvaniyu molochnoy syvorotki. – Rezhim dostupa: <http://iap.kz/ru/news-ru/item/483-uchenyie-semeya-izgotovili-ustanovku-po-kontsentrirvaniyu-molochnoy-syivorotki>.
- 3 Birulya A. Posle rekonstruktsii molochnyi zavod “FudMaster Pavlodar” stal odnim iz samykh sovremennykh molochnykh proizvodstv. – Rezhim dostupa: http://www.foodmaster.kz/ru/press_center/press_releases/item/284/?sid=ur0njum621v4ad1uki7ta19h75.
- 4 Kazakh-Zerno. Chto my edim? Obzor prodovol'srvennogo rynka Kazakhstana. – Rezhim dostupa: http://www.kazakh-zerno.kz/index.php?option=com_content&task=view&id=83239&Itemid=108.
- 5 Suslova V. Molochnaya otrasl' Kazakhstana: ostalis' lish' nadezhdy. – Rezhim dostupa: http://www.kazakh-zerno.kz/index.php?option=com_content&task=view&id=87031&Itemid=1.
- 6 Abzhalelova L., Abzhalelova A. Tselevye dobavki, povyshayuschie pischevuyu i biologicheskuyu tsennost' molochnykh produktov. – Rezhim dostupa: http://www.rusnauka.com/33_DWS_2013/Economics/9_149678.doc.htm.
- 7 Poleznyy sayt. Selen – aktivnyi ubiytsa raka. – Rezhim dostupa: <http://2009.blox.ua/2008/08/SELEN-AKTIVNYJ-UBIJTSA-RAKA.html>.
- 8 Sekrety zdorov'ya. Selen. – Rezhim dostupa: <http://corallcalcium.blogspot.com/2007/10/selenium.html>.
- 9 Al'terMed. Nutrikon – selen i ego primeneniye. – Rezhim dostupa: http://altermed.com.ua/comment_6583.html.
- 10 Zhenskaya entsiklopediya. Kukuruznaya krupa. – Rezhim dostupa: http://womanwiki.ru/w/Кукурузная_крупа.

ТҮЙІН

*Д.С. Свидерская, техника ғылымдарының кандидаты,
Б.Т. Нурғалиева
Инновациялық Еуразия университеті (Павлодар қ.)*

Функциялық қасиеттері бар сүзбедең жасалған жаңа өнім шығару

Бұл мақалада сүт өнімдерінің әлемдік өндірісі мен тұтынылуының талдауы, сонымен қатар Қазақстанның сүт өнімдер саласын дамытудың қазіргі жағдайы мен перспективалары, отандық тауарларды өндіру үшін сүт шикізаты сапасының проблемалары көрсетілген.

Түйін сөздер: сүзбеден жасалған өнім, өнімнің сапасы, селен, функциялық қасиеттер, өсімдік шикізаты, жүгері жармасы, сүт шикізаты.

RESUME

D.S. Sviderskaya, Candidate of Engineering Sciences,

B.T. Nurgalieva

Innovative University of Eurasia (Pavlodar)

Development of a new product curd with functional properties

This article contains an analysis of world production and consumption of dairies, and also modern state and prospects of development of suckling industry of Kazakhstan, problems of quality of suckling raw material, is reflected for the production of home commodities.

Keywords: *curd product, quality of products, selenium, functional properties, digester, corn groats, suckling raw material.*

УДК 669.15-198 (574.25)

А.К. Свидерский, доктор химических наук

М.Б. Аубакирова

Инновационный Евразийский университет (г. Павлодар)

E-mail: makonya600@mail.ru

Применение в производстве ферросиликоалюминия марок ФС55А10 и ФС65А10 в качестве заменителя ферросилиция

Аннотация. В данной статье представлены результаты опытно-промышленной партии ферросиликоалюминия марок ФС55А10 и ФС65А10 производства ПФ ТОО «KSP Steel», применяемого в качестве заменителя ферросилиция. Автор провел сравнительный анализ химического состава и среднего расхода данных веществ.

Ключевые слова: *ферросплавы, ферросиликоалюминий, ферросилиций, сталь.*

На производстве Павлодарского филиала (ПФ) ТОО «Кастинг» была опробована опытно-промышленная партия ферросиликоалюминия марок ФС55А10 и ФС65А10 производства ПФ ТОО «KSP Steel», применяемого в качестве заменителя ферросилиция, а также материала улучшающего механические свойства производимых сталей.

Сталь - сплав железа (97,0 - 99,5 %) и углерода (до 2 %) с примесями марганца, кремния, серы, фосфора, кислорода, азота, водорода, а также случайных примесей (хром, никель, медь и др.).

Ферросилиций (FeSi) - легирующий сплав железа и кремния (с минимальным содержанием кремния 80 % по массе и максимальным – 95 % по массе), полученный путем восстановления.

Ферросиликоалюминий (FeSiAl) - сплав Si, Al и Fe (три самых распространенных после кислорода элемента в земной коре), который при выплавке стали может заменять раскислители, давно ставшие традиционными - алюминий и ферросилиций. Одно из преимуществ ферросиликоалюминия (ФСА) - более низкая стоимость, чем у традиционных раскислителей, обусловленная тем, что при электротермической плавке ФСА довольно большое количество алюминия восстанавливается попутно с кремнием (Si) и железом (Fe), и при этом затраты на электроэнергию для восстановления алюминия вдвое меньше, чем при электролизе. Раскислительная способность ФСА выше, чем у отдельных раскислителей - алюминия или ферросилиция. Раздельное раскисление стали кремнием и алюминием приводит к образованию оксида кремния и оксида алюминия - твердого силиката и корунда, которые малоспособны к коагуляции и затрудненно удаляются в шлак. Это приводит к загрязненности стали строчечными силикатами и корундом кристаллической остроугольной формы и соответствующему ухудшению механических свойств [1].

В ходе проведения эксперимента выплавлено и обработано 142 плавки (марки стали 70Г, 35 ГС, шаровая сталь) и израсходовано 4,64 тонн материала ферросиликоалюминия (марки ФС55А10 - 2,43 тонн, марки ФС65А10 - 2,21 тонн). Выход годной продукции составил 3627 тонн.

Химический состав ферросиликоалюминия марки ФС55А10 и марки ФС65А10, использованный в ПФ ТОО «Кастинг», представлен в таблице 1.

Таблица 1 - Химический состав ферросиликоалюминия марки ФС55А10 и марки ФС65А10, %

Марка ФСА	Si	Al	P	S
ФС55А10	41,9	10,1	0,025	0,003
	44,6	10,09	0,042	0,07
	53,5-57,5	7,5-12,5	не более 0,7	не более 0,2
ФС65А10	67,5	12,2	0,042	0,005

Материал присаживался во время выпуска металла с тепловых агрегатов дуговой сталеплавильной печи (ДСП) в сталеразливочный ковш в количестве 20-50 кг на плавку, а также на агрегат комплексной подготовки (АКП) в составе шлаковой смеси в количестве 40 кг (на две плавки).

Химический состав с проб шлака, отобранных в конечном периоде выпечной обработки плавов с использованием ферросиликоалюминия, представлен в таблице 2.

Таблица 2 - Химический состав с проб шлака, отобранных в конечном периоде выпечной обработки плавов с использованием ферросиликоалюминия

Плавки	Fe _{об}	SiO ₂	Al ₂ O ₃	CaO	MgO	MnO	S	основность	Σ
Среднее значение экспериментальных плавов	1,1	26,3	1,05	48,8	9,7	6,1	0,8	1,9	94,0
Среднее значение сравнительных плавов декабрь-январь 2014 г.	0,9	28,1	0,7	54,1	6,9	2,7	0,7	1,9	94,3
Разница	0,3	-1,7	0,3	-5,7	2,8	3,7	0,2	-0,1	-0,3

По ходу проведения эксперимента было определено оптимальное количество присаживаемого материала:

- для шаровой стали и стали 70Г не более 40 кг на плавку (1,6 кг/т годного);
- для стали 35ГС - 20-30 кг на плавку (1 кг/т годного).

При увеличении дозировки ферросиликоалюминия, а также при добавке его в составе шлаковой смеси на АКП, наблюдалось падение скоростей разлива на машине непрерывной литой заготовки (МНЛЗ) до 0,6 м/мин.

В условиях разлива «открытой струей» присаживание ферросиликоалюминия избыточного количества влечет за собой зарастание канала стакан-дозатора промежуточного ковша оксидами алюминия и, следовательно, потери серийности разлива металла (снижение производства) [2].

Средний расход ферросиликоалюминия на экспериментальных плавках представлен в таблице 3.

Таблица 3 - Средний расход ферросиликоалюминия на экспериментальных плавках

Марка выпускаемой стали	Расход FeSiAl, кг/т	Расход FeSi, кг/т	Общий расход, кг/т	Фактический расход FeSi, кг/т	Разница, кг/т
70Г	1,6	1,3	2,9	3,2	-0,3
35ГС	1,2	8,3	9,5	9,8	-0,4
Шаровая сталь с Сг	1,6	1,4	3,0	3,3	-0,3

Во время разлива стали с ферросиликоалюминием наблюдалось повышенное образование «настылей» на стакан-дозаторах промежуточных ковшей.

Химический состав ферросиликоалюминия должен соответствовать требованиям, указанным в таблице 4.

Таблица 4 – Химический состав ферросиликоалюминия

Марка	Массовая доля, %	
	Кремний	Алюминий
ФС55А10	53,5-57,5	7,5-12,5
ФС55А15	53,5-57,5	12,5-17,5
ФС55А20	53,5-57,5	17,5-22,5
ФС45А10	42,5-47,5	7,5-12,5
ФС55А15	42,5-47,5	12,5-17,5
ФС45А20	42,5-47,5	17,5-22,5

Содержание серы в ферросиликоалюминии всех марок должно быть не более 0,02, фосфора - не более 0,07 (массовая доля, %) [3].

Применяемый «универсальный» раскислитель (алюминий+кремний) за счет комплексных соединений кремнезема с глиноземом, которые легко объединяются в жидком металле, образует более крупные шлаковые частицы, легко всплывающие в шлак и как следствие обеспечивающие чистоту стали.

Согласно извещениям анализа макроструктуры поперечного темплета средний бал по точечной неоднородности на 10-ти плавках составил 1,55 единиц, при сравнении с декабрем 2013г. средний бал – 2 единицы, таким образом, снижение составило 22,5 %.

Проведенное исследование позволило нам прийти к следующим выводам:

- использование ферросиликоалюминия марки ФС55А10 и марки ФС6510 в производстве стали приведет к уменьшению себестоимости за счет снижения расхода ферросилиция;
- полная замена ферросилиция на ферросиликоалюминий возможна при разливке металла на МНЛЗ «под уровень», т.е. с 100 % защитой струи металла погруженными стакан-дозаторами;
- использование ферросиликоалюминия при производстве стали 35 ГС рекомендуется при стабильном производстве и обеспечении требуемыми материалами;
- применение ферросиликоалюминия привело к снижению содержания неметаллических включений в стали, и как следствие к улучшению качества стали и снижению возможности образования брака при прокате.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Друинский А.В., Жучков В.И. Получение комплексных ферросплавов из минерального сырья Казахстана. – Алма-Ата: Наука, 1988. – 208 с.
- 2 Гасик М.И., Лякишев Н.П., Емлин Б.И. Теория и технология производства ферросплавов. – Металлургия, 1988.
- 3 Хитрик С.И., Емлин Б.И., Гасик М.И. Производство ферросплавов. – Металлургия, 1972.

REFERENCE

- 1 Druinskii A.V., Zhuchkov V.I. Poluchenie kompleksnyh ferrosplavov iz mineral'nogo syr'ya Kazakhstana. – Alma-Ata: nauka, 1988. - 208 s.
- 2 Gasik S.I., Lyakishev N.P., Emlin B.I. Teoriya i tekhnologiya proizvodstva ferrosplavov. – Metallurgiya, 1988 g.
- 3 Khirtik S.I., Emlin B.I., Gasik M.I. Proizvodstvo ferrosplavov. – Metallurgiya, 1972 g.

ТҮЙІН

А.К. Свидерский, химия ғылымдарының докторы,

М.Б. Аубакирова

Инновациялық Еуразия университеті (Павлодар қ.)

Ферросилицийді алмастырғыш ретінде ФС55А10 жәнеФС65А10 маркалы ферросиликоалюминийді өндірісте қолдану

Осы мақалада «KSP Steel» ЖШС ПФ өндірісінде ферросилицийді алмастырғыш ретінде қолданылатын ФС55А10 және ФС65А10 маркалы ферросиликоалюминийдің тәжірибелік-өнеркәсіптік партиясының нәтижелері ұсынылған. Автор бұл заттардың химиялық құрамына және орташа шығынына салыстырмалы талдау жасады.

Түйін сөздер: ферроқорытпалар, ферросиликоалюминий, ферросилиций, болат.

RESUME

A.K. Sviderskiy, Doctor of Chemical Sciences,

M.B. Aubakirova

Innovative University of Eurasia (Pavlodar)

Use in production of aluminum ferrosilicon marked FS55A10 and FS65A10 as a substitute of ferrosilicium

In the present article was tested the pilot batch of aluminum ferrosilicon of FS55A10 and FS65A10 marks of “KSP Steel” LLP manufacturer used as a substituent of ferrosilicon substitute. The author conducted comparative analysis of chemical composition and middle consumption of these substances.

Keywords: ferroalloy, aluminum ferrosilicon, ferrosilicon, steel.

УДК 546.06

А.К. Свидерский, доктор химических наук,

С.Ж. Секербаева,

А.М. Шуленова, магистр-инженер

Инновационный Евразийский университет (г. Павлодар),

Е.С. Абдрахманов, кандидат технических наук,

Г.К. Ахмедьянова, магистр химии

Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова (г. Павлодар)

Исследование минеральных примесей в экибастузском угле и механизма образования золы при его сжигании

Аннотация. В статье приводятся происхождение минеральных примесей и содержание горючей части угля, а также химические процессы протекающие при горении. Приведены дополнительные методические требования, предъявляемые при исследований зольности экибастузского угля, и рекомендации для их практического применения.

Ключевые слова: топливо, балласт, зола, минеральные примеси.

Все виды твердого топлива содержат минеральные примеси. По происхождению минеральные примеси твердого топлива разделяют на внутренние, накопившиеся в пластах топлива в процессе его образования, и внешние, попавшие в топливо при добыче из карьерной породы. Если содержание первых более или менее постоянно в топливе данного месторождения, то количество вторых подвержено большим колебаниям и в значительной степени зависит от способа добычи топлива.

Горючая часть твердого топлива образует полимолекулярный органический комплекс, состоящий из углерода С, водорода Н, кислорода О, а также серы S и азота N.

При горении углерод, водород и сера выделяют тепло, а азот и кислород являются балластом в горючей части. Но, учитывая то, что эти два элемента находятся с остальными в связанном состоянии, их условно относят к горючей части.

Балласт в угле состоит из влаги W, минеральной части М и золы А, выделяющейся при горении [1].

Экибастузский уголь относится к бурым углям, у которого органическая часть состоит из гуминных веществ без лигнина и целлюлозы кислотного характера. В этом угле имеются в небольшом количестве битумные вещества и карбоиды. Коллоидная структура характеризуется переходом от жидкой гели к твердым золям. При соприкосновении с влагой эти угли в небольшом объеме проявляют набухание.

Зольность Экибастузского угля считается в основном 30-40 %, но учитывая что его добыча осуществляется открытым способом, значение зольности может измениться и в большую сторону в среднем 53-55 %.

Это связано с особенностями работы роторных экскаваторов, которые срезают весь пласт одновременно.

В связи с этим, при приготовлении угольных образцов, сортировку исходных материалов необходимо провести опираясь на статистические законы распределения случайных величин.

Во всех видах твердого топлива имеются минеральные примеси. Большая их часть не связана органической массой угля, и лишь некоторые вступают с последней в химические соединения. В результате таких соединений образуются соли гуминных кислот – гумматы, и при горении из них выделяются вода, диоксид углерода, оксиды металлов и они входят в состав золы [2].

Минеральные примеси, как уже отметили, в основном зависят от способа добычи угля и по результатам наших исследований они в Экибастузских разрезах доходят до 34-62 %.

По составу минеральные примеси представляют собой сложную, обычно механическую смесь разнообразных веществ. Как правило, в составе ископаемого твердого топлива преобладают силикаты (Al, Fe, Ca, Mg, Na, K) в основном в виде глинистых веществ, в больших количествах встречаются сульфиды железа, карбонаты кальция, сульфаты кальция и железа, хлориды, а также соединения редких и рассеянных элементов.

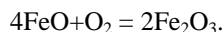
При сжигании топлива его минеральная часть, подвергаясь ряду превращений в основном окислительного характера, образует золу, количество и состав которой зависят от содержания и состава минеральных примесей, а также от условий и способа сжигания топлива. Сжигание топлива в лабораторной муфельной печи с целью определения его зольности проводится в условиях большого избытка кислорода и длительного времени прокаливания. Основой правильного построения технологического метода сжигания твердого топлива является создание оптимальных условий для процесса горения углерода. При этом в минеральной части топлива протекают следующие процессы [3]:

1) Гидратированные силикаты начинают диссоциировать с потерей кристаллогидратной влаги при температуре около 100°C и теряют ее полностью при температуре 800°C.

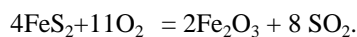
2) Гидраты оксида железа превращаются в оксид железа.

3) Карбонаты разлагаются с образованием диоксида углерода начиная с температуры 500°C. Более прочно удерживает диоксид углерода доломит $\text{CaCO}_3 \cdot \text{MgCO}_3$, но и он при очень сильном и длительном прокаливании при температуре выше 1000°C разлагается.

4) Соли оксида железа превращаются в оксидные соединения по реакции:



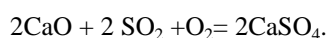
5) Сульфиды железа, в частности пирит, окисляются с образованием оксида железа и диоксида серы начиная с температуры 500°C по реакции:



6) Гипс теряет кристаллогидратную воду при 500°C и превращается в безводный сульфат кальция.

7) Сульфаты железа и алюминия начинают разлагаться при 800°C, а сульфаты кальция при 1300°C. При сильном прокаливании сульфат кальция может реагировать с кремнеземом и силикатами с выделением триоксида серы.

8) Диоксид серы, образующийся при окислении сульфидов и сгорании органической серы, при температуре 900 – 1000°C взаимодействует с оксидом кальция и кислородом с образованием сульфатов:



9) Щелочи и хлориды начинают улетучиваться при температуре около 500°C и заметно испаряются при температуре выше 800°C.

В результате подобных превращений масса и состав образующейся золы никогда не бывают равными массе и составу исходных минеральных примесей. Поэтому понятие зола, зольность топлива следует считать в известной мере условным. Неверно говорить о содержании золы в топливе, так как зола в топливе не содержится, а получается при его сжигании.

Анализ на зольность бурых углей проводится по ГОСТ 11022-75 (СТ СЭВ 1461-78) по общеизвестной методике.

При определении зольности Экибастузского угля нами установлено, что к этой методике следует предъявлять следующие особые дополнительные требования:

1) Озольнение угля следует производить при возможно более низкой температуре и свободном доступом воздуха; рекомендуемая температура 800°C, так как выше этой температуры скорость сгорания топлива увеличивается мало.

2) Для обеспечения свободного доступа воздуха озольнение должно проводиться в открытых тиглях или лодочках, помещенных в муфельную печь с открытой передней стенкой; при недостаточном притоке воздуха к навеске, возможно ее коксование; образующийся кокс при этом трудно полностью выжечь из-за того, что его реакционная способность меньше, чем реакционная способность угля.

3) При озольнении недопустимо появление пламени, так как при пламенном горении происходит унос недогоревших твердых частиц топлива, содержащих и минеральные примеси; появление пламени свидетельствует о чрезмерно высокой температуре озольнения или о большом выходе летучих веществ; для предотвращения пламенного сжигания необходимо понизить температуру печи.

4) Образовавшаяся зола должна быть прокалена до постоянной массы или до закономерного ее изменения, что достигается рядом повторных прокаливаний при принятой максимальной температуре.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Агроскин А.А. Химия и технология угля. – М.: Недра, 1989. – 227 с.
- 2 Кипнис Ш.Ш. Технический контроль на углеобогатительных фабриках. – М.: Недра, 1986. – 198 с.
- 3 Юдевич Я.Э., Кетрис М.П. Неорганическое вещество углей. – Екатеринбург: УрО РАН, 2002. – 38 с.

REFERENCES

- 1 Agroskin A.A. Himiya i tehnologiya uglya. – M.: Nedra, 1989. – 227 s.
- 2 Kipnis Sh.Sh. Tehnicheskiy kontrol' na ugleobogatitel'nyh fabrikah. – M.: Nedra, 1986. – 198 s.
- 3 Yudevich Ya.Ye., Ketris M.P. Neorganicheskoe veshchestvo ugley. – Ekaterinburg: UrO RAN, 2002. – 38 s.

ТҮЙІН

*А.К. Свидерский, химия ғылымдарының докторы,
С.Ж. Секербаева,
А.М. Шуленова, магистр-инженер
Инновациялық Евразия университеті (Павлодар қ.),
Е.С. Абдрахманов, техника ғылымдарының кандидаты,
Г.К. Ахмедьянова, химия магистрі
С.Торайғыров атындағы Павлодар мемлекеттік университеті (Павлодар қ.)*

Екібастұз көміріндегі минералды қоспалар мен оларды жаққан кездегі күл түзілу механизмін зерттеу

Мақалада көмір құрамындағы қоспалардың шығу тегі, көмірдің жанғыш бөлігінің құрамы, сонымен қатар жану барысында жүретін химиялық процестер қарастырылған. Екібастұз көмірінің күлділігін зерттеу кезінде қойылатын қосымша әдістемелік талаптар келтіріліп, олардың практикалық қолданысына нұсқаулар берілген.

Түйін сөздер: отын, балласт, күл, минералды қоспалар.

RESUME

*A.K. Sviderskiy, Doctor of Chemical Science,
S.J. Sekerbaeva,
A.M. Shulnova, master of engineering
Innovative University of Eurasia (Pavlodar),
Ye.S. Abdrakhmanov, Candidate of Technical Science,
G.K. Akhmedyanova, Master of Chemistry
Pavlodar State University named after S.Toraigyrov (Pavlodar)*

Investigation of mineral impurities in the Ekibastuz coal and ash formation mechanism during its combustion

Article shows the origin of mineral impurities content and the combustible portion of the coal, as well the chemical processes occurring during combustion. Presents additional methodological requirements imposed at Ekibastuz coal ash research and recommendations for their practical application.

Keywords: fuel, ballast, ash, mineral admixtures.

УДК 69.05

*А.К. Свидерский, доктор химических наук,
Д.С. Свидерская, кандидат технических наук,
Н.К. Кызылбаев
Инновационный Евразийский университет (г. Павлодар)
E-mail: strong.nurlan@list.ru*

Основные принципы создания комплексной системы управления качеством строительной продукции

Аннотация. В данной статье рассмотрены вопросы комплексной системы управления строительной продукцией, основные принципы качества строительной продукции, а также вопросы качества строительной продукции.

Ключевые слова: контроль качества, приемочный контроль, скрытые работы, операционный контроль, производственный контроль.

Сегодня строительство превратилось в одну из наиболее мощных отраслей экономики страны, обеспечивающую рабочими местами сотни тысяч людей Республики Казахстан. Достижения строительной индустрии поражают воображение. Яркий тому пример - спортивные комплексы, жилые и общественные здания и сооружения в столице нашей страны г. Астане. Гости из различных стран поражаются объемам, сложности и качеству строительных работ. Свой вклад в достижения отечественных и зарубежных строителей, безусловно, внесли национальные и международные стандарты, причем не только строительные.

Системы водоснабжения и освещения, обеспечения безопасности и кондиционирования воздуха, внутренний транспорт и отопление, сложнейшая автоматика и информационные системы в наших домах, офисах, производственных помещениях, стадионах, торговых комплексах и других общественных зданиях - все это подчинено нормам и требованиям, заложенным в стандарты и технические регламенты [1].

Комплексная система управления качеством строительной продукции должна строиться на следующих основных принципах: системный подход, стандартизация, комплексное решение задач, рациональное ограничение, прямая и обратная связь, динамичность, оптимальность, интеграция и модульное построение, автоматизация.

Принцип системного подхода предусматривает: необходимость управления качеством на всех уровнях; распределение процессов управления качеством на все стадии жизненного цикла; охват всех функций управления по отношению к управляемому объекту.

Принцип стандартизации указывает на то, что все основные требования к качеству продукции и функции комплексной системы управления качеством должны регламентироваться или обеспечиваться стандартами и нормативно-технической документацией.

Принцип комплексного решения предусматривает комплексный подход к проблеме качества конечной продукции строительства, в частности, выделение задач по управлению качеством промежуточной и конечной продукции строительства по уровням управления (по вертикали и по горизонтали). А это, в свою очередь, предполагает разработку и осуществление комплекса взаимосвязанных мероприятий (технических, экономических, юридических, воспитательных организационных и др.) на всех этапах цикла качества строительной продукции [2].

Принцип рационального ограничения предполагает постоянную реализацию эффекта фильтрации информации для рассмотрения из всей совокупности лишь тех явлений, условий и факторов, которые в наибольшей степени влияют на качество конечной продукции строительства.

Принцип прямой и обратной связи предполагает постоянное взаимодействие субъекта и объекта в системе управления на стадиях: «контроль - получение информации - критическая оценка - принятие и реализация решений», наличие связи между всеми элементами комплексной системы управления качеством.

Принцип динамичности предусматривает непрерывный процесс совершенствования комплексной системы управления качеством в процессе ее функционирования с учетом научно-технического прогресса, изменений требований нормативно-технической документации и накопительского опыта. Принцип предполагает несколько этапов развития системы: от самой несовершенной до автоматизированной вначале на отраслевом, а затем на общегосударственном уровнях, рассматривая ее как открытую систему, подлежащую расширению по мере развития производства и управления.

Принцип оптимальности предусматривает обеспечение решения поставленных задач на основе выбора наилучшего варианта и при минимальных затратах на разработку системы и ее функционирования.

Принцип интеграции и модульного построения указывает на то, что комплексная система управления качеством должна состоять из отдельных модулей, которые могут рассматриваться как самостоятельные системы, действующие на различных уровнях управления и жизненного цикла.

Принцип автоматизации и новых задач ориентирует на автоматизированное решение задач на основе применения вычислительной техники. Для этого необходимо сформулировать новые задачи и методы их решения с учетом последних достижений науки и техники [3].

Организация контроля качества строительной продукции.

Качество строительной продукции определяется по результатам производственного контроля и оценивается в соответствии со специальной инструкцией по оценке качества строительно-монтажных работ.

Производственный контроль качества в строительно-монтажных организациях должен включать входной, операционный и приемочный (с оценкой качества). Данные результатов всех видов контроля должны фиксироваться в журналах работ.

Строительные конструкции, изделия, материалы и инженерное оборудование, поступающие на стройку, должны проходить входной контроль. При входном контроле надлежит проверять соответствие их стандартам, техническим условиям, паспортам и другим документам, подтверждающим качество, и требованиям рабочих чертежей, а также соблюдение требований разгрузки и хранения. Входной контроль должен возлагаться, как правило, на службу производственно-технической комплектации и выполняться на комплектованных базах или непосредственно на предприятиях-изготовителях [4].

В необходимых случаях в процессе входного контроля надлежит выполнять испытания материалов и изделий в строительной лаборатории.

Производители работ (мастера) обязаны проверять путем внешнего осмотра соответствие качества конструкций, изделий и материалов, поступающих на строительную площадку, требованиям рабочих чертежей, технических условий и стандартов.

Операционный контроль должен осуществляться после завершения производственных операций или строительных процессов и обеспечивать своевременное выявление дефектов и причин их возникновения, а также своевременное принятие мер по их устранению и предупреждению.

При операционном контроле должны проверяться:

- соблюдение заданной в проектах производства работ технологии выполнения строительных процессов;

- соответствие выполняемых работ рабочим чертежам, строительным нормам и правилам производства работ и стандартам.

Операционный контроль должен выполняться производителями работ и мастерами, а самоконтроль - исполнителями работ. К операционному контролю надлежит также привлекать строительные лаборатории и геодезические службы. Основными рабочими документами при операционном контроле качества должны служить схемы операционного контроля, разрабатываемые в составе проектов производства работ [5].

Схема операционного контроля должна содержать:

- эскизы конструкций с указанием допускаемых отклонений в размерах и требуемой точности измерений, а также сведения по требуемым характеристикам качества материалов;

- перечень операций или процессов, качество выполнения которых должен проверять производитель работ (мастер);

- перечень операций или процессов, контролируемых с участием строительной лаборатории и геодезической службы;

- перечень скрытых работ, подлежащих освидетельствованию с составлением акта.

Приемочный контроль должен производиться для проверки и оценки качества законченных строительством предприятий, зданий и сооружений или их частей, а также скрытых работ и отдельных ответственных конструкций.

Все скрытые работы подлежат приемке с составлением актов из освидетельствования. Акт освидетельствования скрытых работ должен составляться на завершённый процесс, выполненный самостоятельным подразделением исполнителей. Составление актов освидетельствования скрытых работ в случаях, когда последующие работы должны начинаться после длительного перерыва, следует осуществлять непосредственно перед производством последующих работ.

Отдельные ответственные конструкции по мере их готовности подлежат приемке в процессе строительства с составлением акта промежуточной приемки этих конструкций.

Перечень ответственных конструкций, подлежащих промежуточной приемке, устанавливается проектом.

Кроме производственного контроля в строительном-монтажных организациях (входного, операционного, приемочного) качество строительства проверяется со стороны государственных и ведомственных органов контроля и надзора, действующих на основании специальных положений о них (пожарный, санитарно-технический, горно-технический и др.).

В строительных организациях должны разрабатываться организационные, технические и экономические мероприятия, направленные на обеспечение контроля качества строительства. В этих мероприятиях должны быть, в частности, предусмотрены вопросы создания строительных лабораторий, геодезических служб, повышения квалификации и мастерства исполнителей [6].

На всех стадиях строительства с целью проверки эффективности ранее выполненного производственного контроля выборочно осуществляется инспекционный контроль. Он осуществляется специальными службами, если они имеются в составе строительной организации, либо специально создаваемыми для этой цели комиссиями. По результатам производственного и инспекционного контроля качества СМР разрабатываются мероприятия по устранению выявленных дефектов, при этом учитываются требования авторского надзора проектных организаций и органов государственного надзора.

Современный период характеризуется значительным количеством предложений по оценке уровня качества продукции. Заслуживают внимания предложения о внедрении альтернативной оценки («годен-негоден»).

Однако нельзя сказать, что применение системы оценки качества по альтернативному признаку обуславливает «ноль-дефектов», поскольку бездефектное изготовление продукции можно представить лишь теоретически.

Таким образом, внедрять альтернативную систему оценки можно лишь в том случае, когда достигнут высокий уровень качества продукции, а для этого должны быть созданы необходимые и достаточные предпосылки: высокий технический уровень производства, слаженная работа всех участников строительного процесса, четкая инженерная производственно-технологическая комплектация, высокая квалификация работников и совершенный хозяйственный механизм управления.

Экономические интересы строителей и государства требуют учета не только высокого качества строительной продукции, но и дополнительных затрат при достижении этого же уровня качества. Такой подход к оценке уровня качества строительной продукции особенно актуален в условиях рыночных отношений.

Основной недостаток методов оценки уровня качества, применяемых в настоящее время в строительстве, состоит в том, что все они базируются на чисто инженерном подходе и понятии качества продукции как совокупности свойств, обуславливающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением. Все это создает трудности при подсчете экономического эффекта от внедрения мероприятий, направленных на повышение качества продукции. Не создается и реальная база для экономического стимулирования труда работников.

Проведенные исследования позволяют сделать вывод о том, что объективность оценки качества продукции повышается, если в ней сочетаются одновременно инженерный и экономический подходы.

Введенная после отмены балльной альтернативная система оценки не способствовала повышению качества сдаваемых в эксплуатацию объектов. Анализ показывает, что в эксплуатацию сдаются объекты различного качества. При этом подрядные организации, сдающие объекты с уровнем качества, превышающим соответствующий и даже ниже нормативного, стимулируются одинаково. В соответствии с условиями альтернативной оценки приемка объектов не должна производиться, если уровень качества строительной продукции не соответствует требованиям норм. Однако в силу ряда объективных и субъективных причин это требование не выполняется [7].

Объективная оценка получается расчетным путем на основе информации, поступающей от независимой контролирующей службы. Критерием оценки должна быть степень соответствия показателей качества выполненных работ и продукции требованиям норм. Любые отклонения от требований норм приводят к дополнительным затратам, перерасходу материально-технических ресурсов. Поэтому оценка качества должна иметь экономическое содержание и отражать потери из-за недополнительного качества. Эта важнейшая характеристика оценки должна быть учтена при определении значимости показателей качества. Критерием значимости показателей качества являются трудозатраты на устранение дефектов в процессе производства работ, а также размер возможного ущерба на стадии эксплуатации строительной продукции [8].

Для объективной оценки качества строительной продукции необходимо создавать службу контроля качества, к функциям которой относятся осуществление всех видов контроля и сбор информации для оценки качества, поступающей в процессе операционного контроля. В результате можно управлять процессом формирования показателей качества, то есть определять причину возникновения отклонений от технологических режимов, место и время их возникновения и выявлять конкретных виновников появления дефектов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Изотов В.С. Метрология, стандартизация, сертификация и государственный надзор в строительстве: учебное пособие. - Казань: КГАСУ, 2011. –123 с.
- 2 Руководство по контролю качества строительно-монтажных работ. – Астана, 2007 г.
- 3 Закон Республики Казахстан «Об архитектурной, градостроительной и строительной деятельности в Республике Казахстан» № 242-II от 16 июля 2001 г.
- 4 Борисенков Б.Г., Андреева Ф.В. Метрологическое обеспечение строительного производства. Справочник строителя. - М.: Стройиздат, 1990.
- 5 Воскобойников В. Новые подходы к управлению качеством продукции // Экономика и жизнь. - 2007. - № 50 - С.15.
- 6 Галеев В.И., Варгина М.К. Управление качеством: проблемы, перспективы // Сертификация. - 2007. - № 4. - С. 38.
- 7 Гришан И.А. Качественный менеджмент: формула успеха в условиях конкурентного рынка // Стандарты и качество. - 2008. - № 2. - С. 60-61.
- 8 Игнатьева А.В., Максимцов М.М., Вдовина И.В. и др Менеджмент: учебно-практическое пособие. - М.: Вузовский учебник; ИНФРА-М, 2010. - 284 с.

REFERENCES

- 1 Izotov V.S. Metrologiya, standartizaciya, sertifikaciya i gosudarstvennyy nadzor v stroitel'stve: uchebnoe posobie. – Kazan': KGASU, 2011. – 123 s.
- 2 Rukovodstvopo kontrolyu kachestva stroitel'no-montazhnyh rabot. – Astana, 2007 g.
- 3 Zakon Respubliki Kazahstan «Ob arhitekturnoy, gradostroitel'noy i stroitel'noy deyatel'nosti v Respublike Kazahstan» № 242-II ot 16 iyulya 2001 g.
- 4 Borisenkov B.G., Andreeva F.V. Metrologicheskoe obespechenie stroitel'nogo proizvodstva. Spravochnik stroitelya. – M.: Stroyizdat, 1990.
- 5 Voskoboynikov V. Novye podhody k upravleniyu kachestvom produkcii // Yekonomika i zhizn'. – 2007. – № 50 – S.15.
- 6 Galeev V.I., Vargina M.K. Upravlenie kachestvom: problemy, perspektivy // Sertifikaciya. – 2007. – № 4. – S. 38.

7 Grishan I.A. Kachestvennyy menedzhment: formula uspeha v usloviyah konkurentnogo rynka // Standarty i kachestvo. – 2008. – № 2. – С. 60-61.

8 Ignat'eva A.V., Maksimov M.M., Vdovina I.V. i dr Menedzhment: uchebno-prakticheskoe posobie. – M.: Vuzovskiy uchebnyk; INFRA-M, 2010. – 284 s.

ТҮЙІН

А.К. Сви́дерский, химия ғылымдарының докторы,
Д.С. Сви́дерская, техника ғылымдарының кандидаты,
Н.К. Кызылбаев
Инновациялық Еуразия университеті (Павлодар қ.)

Құрылыс өнімінің сапасын басқарудың кешенді жүйесін құрудың негізгі принциптері

Бұл мақалада құрылыс өнімін басқарудың кешенді жүйесінің мәселелері, құрылыстық өнім сапасының негізгі принциптері, сонымен қатар құрылыстық өнім сапасының мәселелері қарастырылған.

Түйін сөздер: сапаны бақылау, қабылдау тексерісі, жасырын жұмыстар, операциялық бақылау, өндірістік бақылау.

RESUME

A.K. Sviderskiy, Doctor of Chemical Sciences,
D.S. Sviderskaya, Candidate of Technical Sciences,
N.K. Kysylbaev
Innovative University of Eurasia (Pavlodar)

The main principles of creation integrated control system of building products quality

This article considers the issues of the integrated system of construction production management, the basic principles of building products quality, as well as issues of quality building products.

Keywords: quality control, acceptance control, hidden works, operational control, industrial control.

УДК 614.48:638.143.11

О.В. Слатвинская,

А.К. Сви́дерский доктор химических наук
Инновационный Евразийский университет (г. Павлодар)
E-mail: slatvinskaya01@mail.ru

Исследование времени экспозиции разработанных сухих рецептур дезинфицирующих средств на основе надуксусной кислоты

Аннотация. В данной статье представлены результаты лабораторных работ по исследованию времени экспозиции на бактериальные инфекции сухих дезинфицирующих средств на основе надуксусной кислоты. Авторами проведен сравнительный анализ антибактериальных свойств надуксусной кислоты и хлора.

Ключевые слова: надуксусная кислота, перкарбонат натрия, алкилдиметилбензиламмония хлорид, время экспозиции.

В настоящее время производство современных дезинфицирующих средств запускается на территории специальной экономической зоны в городе Павлодаре. Данное производство занимается разработкой дезинфицирующих средств на основе надуксусной кислоты.

Основными компонентами этого средства являются: водный раствор уксусной кислоты, перекиси водорода, серной кислоты (катализатора процесса), дипиколиновой кислоты (стабилизатора продукта).

В соответствии с требованиями рынка мы продолжаем разрабатывать новые формы дезинфицирующих средств, в число которых входят сухие рецептуры на основе перкарбоната натрия [1].

Основными преимуществами этих рецептур является: высокое содержание активного кислорода; экологическая чистота. При разложении перкарбоната натрия выделяются продукты, не вызывающие загрязнения окружающей среды: вода, сода и кислород; он является одним из наиболее безвредных для

окружающей среды отбеливателей; не содержит хлора; имеет хорошую растворимость в воде, низкую температуру активации процесса отбеливания ~ 50 °С; не разрушает структуру ткани, освежает цвет; обладает дезинфицирующим действием.

В этих препаратах надуксусная кислота образуется за счет химической реакции во время приготовления рабочих растворов. Такая рецептура обладает теми же мощными свойствами, что и жидкие препараты на основе НУК. Они имеют хорошие моющие свойства, не портят обрабатываемые объекты, не фиксируют органические загрязнения, не вызывают коррозии металлов и очень удобны в применении.

Эти средства представляют собой порошок белого цвета со слабым запахом отдушки, хорошо растворимый в воде. Содержат в своем составе алкилдиметилбензиламмония хлорид 2,38 %, перкарбонат натрия 47 %, тетраацетилэтилендиамин 25 %, антикоррозийные добавки, другие вспомогательные и функциональные ингредиенты [2].

Действующими веществами в рабочем растворе препарата являются надуксусная кислота и алкилдиметилбензиламмония хлорид. РН 1 % водного раствора средства – 6,7. При разведении в воде образуется надуксусная кислота.

Рабочие растворы средства имеют хорошие дезодорирующие свойства, не портят изделий медицинского назначения из различных материалов, в том числе термолабильных, кроме изделий, изготовленных из коррозионно-нестойких сталей, меди, латуни, алюминия, а также не имеющих защитных гальванических покрытий, не фиксируют органические загрязнения на обрабатываемых изделиях, не вызывают помутнения изделий [3].

Растворы готовят в пластмассовых, эмалированных (без повреждения эмали), стеклянных ёмкостях путем растворения при тщательном перемешивании соответствующих количеств средства в водопроводной воде, температура которой должна соответствовать 18-30 °С для лучшего растворения порошка. Рабочие растворы подогревать не следует, раствор готов к использованию после полного растворения гранул порошка.

При приготовлении рабочих растворов следует руководствоваться расчетами, приведенными в таблице 1.

Таблица 1 - Приготовление рабочих растворов

Концентрация рабочего раствора (по препарату), %	Количество средства (мерных ложек) *, необходимое для приготовления рабочего раствора объемом 5 л
0,5	1
1,0	2
2,0	4

Примечание: * - 1 мерная ложка содержит 25 г порошка средства.

Для определения эффективности времени экспозиции данного препарата на основе надуксусной кислоты, провели сравнительный анализ с дезинфицирующим средством на основе хлора. Концентрации рабочих растворов двух препаратов были аналогичны.

Данные о результатах анализа представлены в таблице 2.

Таблица 2 - Режимы дезинфекции объектов растворами дезинфицирующих средств при бактериальных инфекциях

Объекты обеззараживания	Концентрация рабочего раствора (по препарату), %	Время обеззараживания дез. средств на основе надуксусной кислоты, мин.	Время обеззараживания дез. средств на основе хлора, мин.	Способ обеззараживания
Поверхности в помещениях, мебель, предметы обстановки, поверхности приборов, аппаратов, санитарный транспорт и транспорт для перевозки пищевых продуктов при проведении профилактической дезинфекции.	0,5	24	35	Протираание, орошение
	1,0	12,5	25	
	2,0	6	15	
Поверхности мягкие, в т.ч. ковровые и прочие покрытия, обивочные ткани, покрытия из искусственной и натуральной кожи, мягкая мебель	0,5	23	40	Протираание, обработка с помощью щетки
	1,0	16	32	
	2,0	8	16	

Продолжение таблицы 2

Предметы ухода за больными, не загрязненные биологическими жидкостями	0,5	25	45	Погружение, протирание
	1,0	12	20	
	2,0	5	10	
Белье, не загрязненное выделениями	0,5	30	60	Замачивание
	1,0	20	40	
	2,0	11	20	
Белье, загрязненное выделениями, уборочный материал	0,5	40	70	Замачивание
	1,0	20	40	
	2,0	5	10	
Посуда без остатков пищи	0,5	30	50	Погружение
Посуда с остатками пищи	0,5	40	75	Погружение
Посуда лабораторная и аптечная, предметы для мытья посуды	0,5	55	70	Погружение
	1,0	40	60	
	2,0	20	18	
Средства личной гигиены (из металла, резины, пластмасс)	0,5	30	59	Погружение, протирание, орошение (крупные)
	1,0	15	28	
	2,0	10	18	
Санитарно-техническое оборудование	0,5	25	51	Протирание или орошение
	1,0	15	30	
	2,0	10	20	
Приспособления наркозно-дыхательной аппаратуры, анестезиологическое оборудование	0,5	30	55	Протирание, погружение
	1,0	15	30	
	2,0	7	15	

Из результатов анализа следует, что препараты на основе надуксусной кислоты обладают меньшим временем экспозиции на бактериальные инфекции, что дает им преимущество перед дезинфицирующими средствами на основе хлора.

Проведя ряд исследований, мы выявили, что данная рецептура обладает антимикробной активностью в отношении грамотрицательных и грамположительных бактерий (в том числе возбудителей внутрибольничных инфекций), микобактерий туберкулеза, вирусов (в отношении всех известных вирусов-патогенов человека, в том числе вирусов энтеральных и парентеральных гепатитов (А, В и С), ВИЧ, полиомиелита, аденовирусов, вирусов «атипичной пневмонии» (SARS), гриппа, в том числе «птичьего» (H5N1), «свиного» гриппа (H1N1), герпеса и др.); грибов рода Кандида, Трихофитон; средство также обладает спороцидной активностью.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Федорова Л.С. Теория и практика совершенствования дезинфицирующих средств. – М.: Химия, 2006. – 149 с.
- 2 Кравцова О.Л. Дезинфицирующие средства. - Л.: Химия, 2001. – 245 с.
- 3 Чалмерс Л.А. Химические средства в быту и промышленности. – М.: Химия, 1985. – 204 с.

REFERENCES

- 1 Fedorova L.S. Teoriya i praktika sovershenstvovaniha dezinficiruyushchih sredstv. – M.: Himiya, 2006. – 149 s.
- 2 Kravcova O.L. Dezinficiruyushchie sredstva. – L.: Himiya, 2001. – 245 s.
- 3 Chalmers L.A. Himicheskie sredstva v bytu i promyshlennosti. – M.: Himiya, 1985. – 204 s.

ТҮЙІН

О.В. Слатвинская,
А.К. Свидерский химия ғылымдарының докторы
 Инновациялық Еуразия университеті (Павлодар)

Сірке қышқылы негізінде дезинфекциялайтын құралдардың әзірленген құрғақ рецептуралары экспозициясының уақытын зерттеу

Бұл мақалада сірке қышқылы негізінде дезинфекциялайтын құрғақ құралдардың бактериялық инфекцияларға экспозициясының уақытын зерттеу бойынша зертханалық жұмыстардың нәтижелері

ұсынылған. Авторлар сірке қышқылы мен хлордың бактерияға қарсы қасиеттерінің салыстырмалы талдауын жасады.

Түйін сөздер: сірке қышқылы, натрий перкарбонаты, алкилдиметилбензиламмония хлорид, экспозиция уақыты.

RESUME

O.V. Slatvinskaya,
A.K. Sviderskiy, Doctor of Chemical Sciences
Innovative University of Eurasia (Pavlodar)

Investigation of exposure time developed dry formulations of disinfectants based on peracetic acid

In this article the results of laboratory works are presented on research of time of display on the bacillosiss of dry disinfectants on the basis of peracetic acid. Authors conduct the comparative analysis of antibacterial properties of peroxyacetic acid and chlorine.

Keywords: peracetic acid, percarbonate of natrium, alcildimetilbenzilamoniya chloride, time of display.

УДК 339.137.2

Е.М. Тихонова

ТОО предприятие «РУБИКОМ» (г. Павлодар),

Д.С. Свидерская, кандидат технических наук

Инновационный Евразийский университет (г. Павлодар)

E-mail: 77776382000@yandex.ru

Системы качества для потребителя

Аннотация. В данной статье рассмотрены основные аспекты удовлетворенности потребителя, пути ее повышения через внедрение систем менеджмента качества на предприятиях, а также уровень развития систем качества на территории Республики Казахстан.

Ключевые слова: потребитель, система качества, международный стандарт, идея качества, продукция, развитие.

По мнению Эдвардса В. Деминга, «если даже каждый будет делать все, что в его силах - это все же не будет ответом, адекватным сложности проблемы качества» [1]. Повышение значения высокого качества продукции и услуг, а также активизация деятельности по обеспечению качества является важным направлением в деятельности как отдельного предприятия, так и государства в целом. Речь идет не только о безопасности товаров для человека и окружающей среды, но и о степени удовлетворенности запросов и ожиданий потребителей.

Согласно классическому определению, отраженному в международных стандартах, качество продукции представляет собой совокупность свойств продукции, которые придают ей способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности, но это определение не полностью отражает, то поистине глобальное значение такого понятия, как качество в современном мире [2]. Качество продукции и услуг особенно актуально сейчас, когда республика находится на пути вступления в ВТО и особый акцент делается на повышение конкурентоспособности продукции отечественных производителей.

В настоящее время в Казахстане традиции мастерства приобретают все большее значение, накапливается опыт комплексного управления качеством, интеллектуальный и производственный потенциал. Поэтому качество товаров казахстанских производителей находит своего потребителя и на мировом уровне.

Но можно ли сказать, что потребитель в «полном объеме» получает, то, что он хочет?

Знание потребителя о качестве товара это всего лишь узкое представление о сущности самого понятия качества, а в большинстве случаев потребителя больше волнует то, в какой мере он будет удовлетворен приобретаемым товаром. В связи с этим, удовлетворенность потребителей в стране и в мире приобрело большую значимость по сравнению с качеством товара, хотя качество товара, также как и его безопасность играют большую роль в производстве.

Статистика удовлетворенности потребителя, обладающая хорошей выборкой и периодической обновляемостью - отличный способ прогнозирования бизнеса. Удовлетворенность потребителя лежит в основе двух подходов к понятию качества. Первый состоит в том, что качество определяется степенью

расхождения между ожиданиями потребителей и их восприятием продукции. При такой точке зрения предполагается, что если вы превзошли ожидания потребителей, то у вас хорошее качество. При втором подходе качество рассматривается как степень соответствия стандарту или спецификации [3]. Поэтому при производстве продукции отечественные производители упускают из виду тот факт, что продукция может быть превосходно произведена, но в то же время может не удовлетворять нужды потребителя, более того, может не выдерживать конкуренции.

Как показывает статистика, потребитель с каждым годом становится более требовательным, хотя зачастую не знает, какими методами и средствами обеспечивается качество приобретаемой им продукции. На подсознании потребитель понимает, что если качественно, то значит, соответствует стандарту. Но не многие задумываются, изучая маркировку продукции, что означает большая часть написанного, а ведь производитель отражает всю информацию о пройденных процедурах.

Одной из таких составляющих информации, является маркировка знаками международных систем качества. Обусловлено это тем, что в настоящее время наряду с государственными стандартами, являющимися залогом качественного продукта, но не учитывающими желания потребителей, используются международные стандарты, одним из принципов которых является ориентация на потребителя. Организации зависят от своих потребителей, они должны понимать их текущие и будущие потребности, путем оценивания степени и осуществления мониторинга их удовлетворенности выполнять их требования и стремиться превзойти их ожидания.

Особую актуальность приобретает безопасность и качество пищевых продуктов, в связи с этим в мировой практике применяется система анализа рисков и контрольных критических точек (НАССР), основные положения которой установлены международными стандартами ISO серии 22000. Внедрение данной системы основано на систематической идентификации, оценке и управлении опасными факторами, влияющими на безопасность пищевой продукции, и установлении требований ко всем организациям в цепи производства и потребления пищевых продуктов. К ним относятся предприятия, начиная от производителей кормов и сырья, изготовителей пищевых продуктов, транспортирующих и хранящих пищевые продукты, субподрядчиков до магазинов розничной торговли и предприятий общественного питания, вместе с такими взаимосвязанными организациями, как производители оборудования, упаковочных материалов, моющих средств, пищевых добавок и ингредиентов. Сейчас, в результате вступления Казахстана в Таможенный союз, внедрение данной системы стало обязательным для предприятий пищевой отрасли [4]. Такое требование прописано в вертикальном ТР ТС 021/2011, а также в горизонтальных ТР ТС, таких как ТР ТС 023/2011 «Технический регламент на соковую продукцию из фруктов и овощей», ТР ТС 024/2011 «Технический регламент на масложировую продукцию», ТР ТС 027/2012 «О безопасности отдельных видов специализированной пищевой продукции, в том числе диетического лечебного и диетического профилактического питания», ТР ТС 015/2012 «О безопасности зерна» и иных ТР ТС, вступивших в силу 1 июля 2013 года.

В Концепции развития систем менеджмента, в Республике Казахстан, на период до 2015 года планируется [5]:

- 1) внедрение системы менеджмента качества (ISO 9001) во всех отраслях народного хозяйства с охватом не менее 50 % предприятий;
- 2) внедрение НАССР (ISO 22000) на 50 % предприятий пищевой отрасли;
- 3) внедрение системы экологического менеджмента (ISO 14001) на 50 % предприятий добывающих и перерабатывающих отраслей, 100 % предприятий по добыче и переработке нефти и газа;
- 4) внедрение системы менеджмента профессиональной безопасности и охраны труда (OHSAS 18001) на 30 % предприятий цветной и черной металлургии, угольной промышленности;
- 5) внедрение Системы «Социальная ответственность» (SA 8000) на всех предприятиях, внедривших OHSAS 18001, 100 % предприятиях по добыче и переработке нефти и газа и строительного комплекса.

По состоянию на 4 квартал 2010 года, на территории Республики Казахстан внедрили системы менеджмента качества: общее количество 4678 предприятий, в том числе экспорториентированных - 226. Рассмотрим процесс внедрения систем менеджмента качества в разрезе наиболее крупных областей:

- г. Алматы - 771 предприятий, в том числе экспорториентированных предприятий (ЭОП) – 23;
- Карагандинская область - 640 предприятий, в том числе ЭОП – 21;
- г. Астана – 447 предприятий, в том числе ЭОП – 6;
- Жамбылская область – 330 предприятий, в том числе ЭОП – 4;
- Южно-Казахстанская область - 313 предприятий, в том числе ЭОП – 20;
- Восточно-Казахстанская область – 266 предприятий, в том числе ЭОП – 23;
- Алматинская область – 255 предприятий, в том числе ЭОП – 26;
- Мангистауская область – 246 предприятий, в том числе ЭОП – 8.
- Павлодарская область занимает 12 место по общему количеству внедренных систем менеджмента качества по Казахстану [6].

Из таблицы 1 видно, что процесс внедрения систем менеджмента качества значительно возрос в 1 квартале 2014 года по сравнению с данными, приведенными на 4 квартал 2010 года.

Анализируя данные в масштабах государства, необходимо отметить, что число сертифицированных компаний в период с 2010 по 2014 года неуклонно росло, это показывает значимость данных систем для казахстанских производителей.

Таблица 1 - Количество предприятий по Казахстану, внедривших системы менеджмента за 1 квартал 2014 года [6]

№ п/п	Область (город)	Количество предприятий, внедривших системы менеджмента											
		Общее количество	Количество ЭОП	ISO 9001		ISO 14001		ISO 22000		OHSAS 18001		SA 8000/ISO 13485	
				Общее количество	ЭОП	Общее количество	ЭОП	Общее количество	ЭОП	Общее количество	ЭОП	Общее количество	ЭОП
1	г. Астана	681	7	591	7	126	3	2	-	69	3	-	-
2	г. Алматы	1118	23	1048	23	238	5	25	1	1	2	-	-
3	Акмолинская	262	21	247	18	35	1	4	2	8	-	-	-
4	Алматинская	339	23	323	23	68	3	7	2	25	5	-	-
5	Актюбинская	355	17	344	17	148	6	4	2	86	2	-	-
6	Атырауская	279	11	266	11	106	1	6	1	84	1	1	-
7	Восточно-Казахстанская	287	20	278	20	69	6	3	-	35	8	-	-
8	Жамбылская	453	4	452	4	4	2	1	-	3	-	1	1
9	Западно-Казахстанская	209	10	195	10	48	2	7	4	40	1	2	-
10	Карагандинская	662	13	528	13	237	5	4	1	201	5	-	-
11	Костанайская	160	8	156	8	38	3	6	1	10	2	-	-
12	Кызылординская	269	9	262	9	21	1	2	2	36	1	-	-
13	Мангистауская	337	11	322	7	117	6	2	-	62	3	-	-
14	Павлодарская	298	26	280	13	155	8	6	1	39	1	3	3
15	Северо-Казахстанская	122	15	113	12	10	1	5	1	4	1	-	-
16	Южно-Казахстанская	515	26	510	21	19	3	5	2	13	1	-	-
	ИТОГО:	6346	244	5915	216	1439	56	89	20	716	36	7	4

Как показывает зарубежный и отечественный опыт, сегодня качество не является конкурентным преимуществом, как это было в 80-х и 90-х годах прошлого века, это обязательное условие для выживания. Сегодня невозможно выжить только за счет более низких цен, не занимаясь проблемами качества и удовлетворенностью потребителя, который живет в условиях изобилия товаров и услуг, хорошо отличает качественные товары и услуги от дешевых подделок. Подавляющее большинство казахстанских руководителей и специалистов понимают значимость качества для бизнеса.

Казахстанским производителям, по нашему мнению, необходимо следовать примеру японских производителей, которые успешно совмещают качество и удовлетворенность потребителя. Япония провозгласила качество национальной идеей [7].

Возможно, нам следует воспользоваться успешным опытом и прививать в школах не только культуру поведения, но и культуру качества. Поскольку Казахстану на старой идее качества невозможно преодолеть отставание от Японии и других стран. Все транснациональные компании уже внедрили у себя эффективные системы менеджмента качества.

Международные стандарты являются более гибкими в отношении применения, и их требования носят рекомендательный характер, что позволяет как можно быстрее реагировать на изменчивость требований потребителей.

По нашему мнению, новая казахстанская идея качества должна быть основана на всеобщем образовании и инновациях, начинающихся со школы и продолжающихся до конца трудовой жизни. Нужно воспитать новое поколение, для которого быстрые перемены и неопределенности станут нормой жизни, а постоянное образование и инновации станут частью культуры.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Управление качеством жизни: учебное пособие / Под ред. И.Г. Окрепиловой. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2010. – 104 с.
- 2 ИСО 9000:2000 «Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь».
- 3 ИСО 9001:2008 «Системы менеджмента качества. Требования».
- 4 Технический регламент Таможенного союза 021/2011 «О безопасности пищевой продукции», глава 3, статья 10, пункт 3.
- 5 Концепция Развития систем менеджмента в Республике Казахстан до 2015 года, раздел 5, пункт 5.2.
- 6 Информация о количестве предприятий, внедривших системы менеджмента на январь 2014 г. – Режим доступа: <http://www.memst.kz>.
- 7 Эдвардс Деминг и философия управления качеством. – Режим доступа: <http://quality.eup.ru>.

REFERENCES

- 1 Upravlenie kachestvom zhizni: uchebnoe posobie / Pod red. I.G. Okrepilovoy. – SPb.: Izd-vo SPbGUYeF, 2010. – 104 s.
- 2 ISO 9000:2000 «Sistemy menedzhmenta kachestva. Osnovnye polozheniya i slovar'».
- 3 ISO 9001:2008 «Sistemy menedzhmenta kachestva. Trebovaniya».
- 4 Ynicheskiy reglament Tamozhennogo soyuza 021/2011 «O bezopasnosti pishhevoy produkcii», glava 3, stat'ya 10, punkt 3.
- 5 Konceptsiya Razvitiya sistem menedzhmenta v Respublike Kazahstan do 2015 goda, razdel 5, punkt 5.2.
- 6 Informaciya o kolichestve predpriyatij, vnedrivshih sistemy menedzhmenta na yanvar' 2014 g. – Rezhim dostupa: <http://www.memst.kz>.
- 7 Yedwards Deming i filosofiya upravleniya kachestvom. – Rezhim dostupa: <http://quality.eup.ru>.

ТҮЙІН

Е.М. Тихонова

«РУБИКОМ» кәсіпорны ЖШС (Павлодар қ.),

Д.С. Свидерская, техника ғылымдарының кандидаты

Инновациялық Еуразия университеті (Павлодар қ.),

Тұтынушыға арналған сапа жүйесі

Бұл мақалада тұтынушы қанағаттанушылығының негізгі аспектілері, кәсіпорында сапа менеджменті жүйесін енгізу арқылы оны көтеру жолдары, сонымен қатар Қазақстан Республикасы аумағында сапа жүйелерін дамыту деңгейлері қарастырылған.

Түйін сөздер: *тұтынушы, сапа жүйесі, халықаралық стандарт, сапа идеясы, өнім, даму.*

RESUME

Ye.M. Tikhonova

LLP business enterprise «Rubikom» (Pavlodar),

D.S. Sviderskaya, Candidate of Technical Sciences

Innovative University of Eurasia (Pavlodar)

Consumer quality system

This article describes the main aspects of customer satisfaction, ways of its improvement through the implementation of quality management systems in enterprises as well as the level of quality systems development in the Republic of Kazakhstan.

Keywords: *consumer, quality, quality system, international standard, idea of quality, production, development.*

УДК 502.173/174; 658.567; 628.47

Р.О. Шаихов

Инновационный Евразийский университет (г. Павлодар)

E-mail: rashit_ntd@mail.ru

Обоснование соответствия системы обращения с отходами и технологий их переработки как наилучших доступных технологий, реализуемых на нефтегазовых предприятиях Казахстана

***Аннотация.** В статье приведены результаты сравнительного анализа существующих технологий переработки отходов нефтегазовых предприятий с последними мировыми техническими разработками на соответствие наилучшим доступным технологиям, применяемым в сфере обращения с отходами.*

***Ключевые слова:** отходы, нефтегазовые предприятия, наилучшие доступные технологии.*

Интенсивное загрязнение окружающей среды при добыче, переработке и транспортировке нефтегазового сырья является одной из главных проблем Республики Казахстан, так как в технологических процессах добычи, подготовки и транспорта нефти и газа образуется значительное количество отходов. Актуальными направлениями в области охраны природы при добыче и переработке нефти и газа являются разработка экологически чистых процессов и утилизация отходов, очистка газовых выбросов нефтехимических производств, очистка сточных вод, мониторинг загрязнений окружающей среды нефтью и нефтепродуктами и др. [1].

Актуальность исследования заключается в необходимости научно-практического обоснования соответствия системы обращения с отходами на нефтегазовых предприятиях для определения соответствия наилучшим доступным технологиям, выбора технологий переработки промышленных отходов, обеспечивающих соблюдение экологических параметров и рекомендуемых для внедрения на нефтегазовых предприятиях. В этой связи возникает необходимость эколого-экономического анализа технологий и оборудования по переработке отходов нефтегазовой промышленности, позволяющего дать оценку негативного воздействия на окружающую среду не только самой технологии, а также материала, получаемым в ходе переработки и способам их дальнейшего применения.

Практическая значимость исследования обусловлена необходимостью привлечения в сферу обращения с отходами нефтегазовой отрасли лучших из существующих в мире технологий по уровню развития научно-технической и производственной базы, поскольку важным направлением целенаправленной работы по управлению отходами является внедрение современных малоотходных технологий, использование высокопроизводительного оборудования.

В числе важнейших проблем, которые приходится решать нефтегазовому предприятию, – организация системы экологически безопасного обращения с отходами производства и потребления. Причем к этому его подталкивает необходимость как исполнения требований законодательства РК в области охраны окружающей среды, так и сокращение экономических издержек при обращении с отходами [2].

В Казахстане основными документами, определяющими правовые основы обращения с отходами, являются Экологический кодекс РК, Закон РК «О недрах и недропользовании». Наилучшие доступные технологии – используемые отраслевые технологии, техника и оборудование, обеспечивающие организационные и управленческие меры, направленные на снижение уровня негативного воздействия хозяйственной деятельности на окружающую среду до обеспечения целевых показателей качества окружающей среды [3].

Целью исследования является обоснование соответствия системы обращения с отходами на нефтегазовых предприятиях для определения соответствия наилучшим доступным технологиям. В соответствии с целью были поставлены задачи исследования:

- провести обзор законодательства РК и международных стандартов в сфере обращения с отходами и изучить развитие системы обращения с отходами на нефтегазовых предприятиях с 1997 по 2013 гг.;
- определить параметры, критерии оценки и провести анализ наиболее применяемых или развитых технологий по отношению к технологиям, используемым на нефтегазовых предприятиях РК;
- сделать выводы о соответствии системы обращения с отходами и технологии их переработки на нефтегазовых предприятиях требованиям наилучших доступных технологий.

Методы исследования: анализ и обобщение литературы в сфере обращения с отходами на нефтегазовых предприятиях; патентно-информационный поиск глубиной до 39 лет; статистический метод – сбор и обработка статистических данных по технологиям переработки бурового шлама, технологиям сбора и сортировки коммунальных отходов, технологиям складирования отходов на полигонах; оценка воздействия отходов нефтегазового производства на окружающую среду; технико-экономический и сравнительный анализ.

Выполненный в рамках исследования патентно-информационный поиск российских и зарубежных источников по различным критериям представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Критерии патентного поиска

Тема поиска	Страны патента держатели	Глубина поиска, лет	Ключевые слова для поиска
Переработка буровых шламов	Россия, Япония, США, Германия, Франция, Канада, Великобритания, Швеция	30 лет	буровой шлам
Сбор и сортировка коммунальных отходов	Россия, Великобритания, Швеция, Германия, Япония, Франция, США	39 лет	сбор и сортировка отходов, использование бытовых отходов
Сжигание коммунальных отходов	США, Россия, Германия, Франция, Австралия, Швейцария, Япония	30 лет	сжигание отходов
Складирование на полигонах промышленных отходов	США, Корея, Польша	27 лет	складирование и захоронение на полигонах
Закачка в пласт	США	21 год	закачка в пласт

В результате анализа информации патентно-информационного поиска получены следующие результаты, представленные в таблице 2.

Таблица 2 – Результаты патентного поиска

Тема поиска	Всего патентов	Представлено в отчете	Классифицировано по типу	
			оборудование	технология
Переработка буровых шламов	100	82	20	62
Сбор и сортировка коммунальных отходов	120	92	56	36
Сжигание коммунальных отходов	95	61	32	29
Складирование на полигонах промышленных отходов	110	44	2	44
Закачка в пласт	30	11	110	11

На основании проведенного патентного поиска все существующие технологии переработки буровых шламов можно разделить на 4 группы:

1. Термические методы (сжигание, пиролиз, сушка, термодесорбция), в процессе образуются дисперсные системы аэрозольного типа.

2. Методы физико-механического разделения (фильтрование, центрифугирование, экстракция, сепарирование, отстаивание, сорбция), для этой группы методов характерно преобразование суспензий в эмульсии и гели.

3. Биохимические методы (биоочистка, анаэробная очистка, окисление / нейтрализация с помощью химреагентов), с масляной (биоорганической) дисперсной фазой.

4. Прочие методы, не вошедшие в первые три группы, среди них:

- методы, не нашедшие широкого применения или патенты, по которым встречаются редко (перегонка, выпаривание, озонирование, каталитическое восстановление и др.);

- методы, широко используемые, но как одна из стадий основного процесса пп.1-3 (захоронение, отверждение, стабилизация, использование в качестве топлива, удобрений, в строительстве и др.);

- методы, развиваемые в настоящее время и находящиеся на стадиях пилотного и/или опытно-промышленного тестирования (радиочастотный подогрев/очистка, гидрирование, электрокинетическое разделение, ультразвуковая обработка и др.).

Обращение с отходами на нефтегазовых предприятиях осуществляется в соответствии с экологической документацией и направлено на достижение следующих целей: уменьшение образования отходов у источника; минимизация образования отходов путём получения вторичного сырья; минимизация образования отходов путем их повторного использования; переработка отходов для получения в последующем возможности свободного размещения/захоронения отходов; организованное размещение отходов [4].

Различными организациями разработаны и предлагаются достаточно эффективные технологии по переработке отходов. Номенклатура выпускаемой с их использованием продукции весьма разнообразна и определяется качеством отходов как вторичного сырья, а также соотношением цен и местными особенностями спроса на взаимозаменяемые виды продукции из первичного и вторичного сырья.

Для приведения характеристик (мощности энергопотребления, производительности и пр.) различных технологий переработки отходов к единому формату предлагается проводить сравнительный анализ из расчета на 1 тонну перерабатываемого отхода.

По результатам патентного поиска были установлены 3 основных параметра для оценки эффективности различных технологий (оборудования), в равной степени влияющих на выбор технологии:

1. Экологическая безопасность позволяет оценить следующие параметры: выбросы в атмосферный воздух загрязняющих веществ (ЗВ), объемы размещаемых отходов, класс опасности перерабатываемых и образующихся в результате переработки отходов [5]. Для оценки экологической безопасности используются данные из проектов нормативов размещения отходов (НРО), паспортов отходов, нормативов предельно-допустимых выбросов (ПДВ).

2. Экономическая эффективность ($\Delta_{\text{эф}}$) определяется как разность между суммарной стоимостной оценкой результатов работы от реализации продуктов переработки 1 т отходов в качестве товара или сырья, полуфабрикатов вторичных процессов (Д), затратами на переработку 1 т отходов (З) и суммой платежей за выбросы и размещение отходов (В) [6]:

$$\Delta_{\text{эф}} = Д - З - В.$$

Стоимостная оценка результатов работы складывается в основном из объема реализации продукции в стоимостном выражении:

$$Д = \sum P_i * C_i;$$

где C_i - цена реализации продукции;

P_i - годовой объем реализации продукции, тонн.

Стоимостная оценка затрат на переработку 1 т отходов складывается из суммы затрат в процессе переработки:

$$З = \sum Z_i.$$

Текущие затраты могут складываться из следующих направлений:

- стоимость дополнительных материалов и реагентов;
- транспортные расходы;
- затраты на топливо;
- затраты на электроэнергию;
- затраты на тепло;
- амортизационные отчисления из расчета 5 лет эксплуатации.

Стоимостная оценка суммарных платежей за выбросы в атмосферу и размещение отходов определяется как [7]:

$$В = \sum B_i.$$

В качестве B_i возможно рассматривать следующие платежи:

- плата за выбросы в атмосферу загрязняющих веществ;
- плата за размещение коммунальных отходов;
- плата за размещение отходов по янтарному списку;
- плата за размещение отходов по зеленому списку;
- плата за сбросы.

3. Промышленная безопасность позволяет оценить класс опасности технологии для обслуживающего персонала согласно требований ГОСТ 12.1.007-76.

Предотвращение вредного воздействия отходов на здоровье человека и окружающую среду, предотвращение образования отходов, а также создание условий для переработки, вторичного использования отходов в качестве вторичного сырья, развитие экологически чистых производств, снижение объемов эмиссий являются приоритетными задачами решения проблем охраны окружающей среды [8].

Суть оценки эффективности различных технологий (оборудования) заключается в сравнении имеющихся данных из расчета на 1 т перерабатываемого отхода, и проставлении баллов «0» в случае худшего результата и «1» в случае лучшего. Технология, набравшая наибольшее количество баллов, считается наиболее эффективной.

Предлагаемый порядок проведения сравнительной оценки может быть изменен и дополнен при выявлении важности или ненужности тех или иных параметров. Оценка применима для сравнительного анализа двух и более технологий, при этом в случае, когда сравниваются более двух технологий, сравнение проводится по отношению к заранее выбранной из общего множества технологии, после чего

набравшие наименьшее количество баллов технологии исключаются. Данный порядок сравнительной оценки не учитывает большую часть экономических факторов и предназначен для оперативной сравнительной оценки на базе доступной информации, предоставляемой изготовителями различного оборудования.

В связи с тем, что на нефтегазовых предприятиях ведется обращение в основном с тремя видами отходов: отработанный буровой шлам на нефтяной основе, нефтесодержащие отходы, коммунальные отходы, – проведена сравнительная оценка применяемых технологий для переработки данных отходов. В качестве сравнительных технологий приняты наиболее современные и перспективные технологии из приведенного патентного поиска.

Данные о сравнении применяемых технологий представлены в сравнительных анализах:

1. Сравнительный анализ технологий переработки коммунальных отходов с технологией низкотемпературного пиролиза.
2. Сравнительный анализ технологий переработки коммунальных отходов с технологией сжигания в слое известняка на колосниковой решетке.
3. Сравнительный анализ технологий переработки коммунальных отходов с технологией термохимической переработки – газификации.
4. Сравнительный анализ технологий переработки бурового шлама с технологией термомеханического разделения.
5. Сравнительный анализ технологий переработки бурового шлама с технологией термической деструкции.
6. Сравнительный анализ технологий переработки нефтесодержащих отходов с технологией выпаривания в псевдооживленном слое.
7. Сравнительный анализ технологий переработки нефтесодержащих отходов технологией термической деструкции.
8. Сравнительный анализ технологий переработки нефтесодержащих отходов с технологией термохимического превращения отходов в топливо.

В ходе сравнительного анализа технических параметров различных технологий переработки коммунальных отходов, бурового шлама, нефтесодержащих отходов установлено, что оцениваемые технологии имеют различные положительные и отрицательные признаки, на основании которых оцениваемая технология превосходит иную по техническим параметрам. Проведенный анализ системы обращения с отходами показал, что только комбинация различных технологий переработки отходов, внутри единой площадки является правильным решением на пути достижения поставленных целей.

В ходе выполненного исследования по оценке системы обращения с отходами и технологиями их переработки на нефтегазовых предприятиях РК на соответствие наилучшим доступным технологиям установлено, что:

- компании ведут прозрачную деятельность в отношении образующихся отходов, осуществляя плату за негативное влияние на окружающую среду;
- в компаниях внедрена и поддерживается в рабочем состоянии система по обращению отходами, составляются отчеты (месячные, квартальные и годовые) о результатах деятельности в области охраны окружающей среды;
- компании имеют инвестиционные планы, позволяющие проводить в жизнь планируемые мероприятия.

На основании проведенного сравнительного анализа существующих технологий переработки отходов нефтегазовых предприятий с последними мировыми техническими разработками установлено их преимущество, а значит соответствие наилучшим доступным технологиям, применяемым в сфере обращения с отходами.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Жакишева А.А. Пути предотвращения воздействия нефтегазовых производств на окружающую среду // Вестник Челябинского государственного университета. – Экономика. – 2011. – Вып. 34. – № 32 (247). – С. 142-149.
- 2 Скворцов В.В. Экология Казахстана: проблемы, задачи, решения: учебное пособие. – Алматы: Интеграл, 2010. – 412 с.
- 3 Богатырев М.Ф., Богатырев А.М. Экология: наилучшие доступные технологии // Вестник Восточно-Казахстанского государственного технического университета. – 2010. – №4. – С. 118-121.
- 4 Булатов А.И., Волощенко Е.Ю., Кусов Г.В. и др. Экология при строительстве и эксплуатации нефтяных и газовых скважин: учебник для студентов. – Краснодар: Издательство «Просвещение-Юг». – 2010. – 284 с.
- 5 Айсаутов М. Основной показатель экологичности // Промышленность Казахстана. – 2004. – № 1 (22). – С. 58-59.

- 6 Экология и экономика природопользования: учебник для вузов / Под ред. Э.В. Гирусова, проф. В.Н. Лопатина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, Единство, 2003. – 519 с.
- 7 Авраменко И.М. Основы природоиспользования: учебное пособие. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2006. – 320 с.
- 8 Тетельмин В.В., Язев В.А. Защита окружающей среды в нефтегазовом комплексе. – Долгопрудный: Издательский дом «Интеллект», 2009. – 352 с.

REFERENCES

- 1 Zhakishева A.A. Puti predotvraeniya vozdeystviya neftegazovykh proizvodstv na okruzhayuwuyu sredu // Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. – Yekonomika. – 2011. – Vyp. 34. – № 32 (247). – S. 142-149.
- 2 Skvorcov V.V. Yekologiya Kazahstana: problemy, zadachi, resheniya: uchebnoe posobie. – Almaty: Integral, 2010. – 412 s.
- 3 Bogatyrev M.F., Bogatyrev A.M. Yekologiya: nailuchshie dostupnye tehnologii // Vestnik Vostochno-Kazahstanskogo gosudarstvennogo tehničeskogo universiteta. – 2010. – №4. – S. 118-121.
- 4 Bulatov A.I., Volowenko E.Yu., Kusov G.V., i dr. Yekologiya pri stroitel'stve i yekspluatatsii neftyanykh i gazovykh skvazhin. Uchebnik dlya studentov. – Krasnodar: Izdatel'stvo «Prosvevnenie–Yug». – 2010. – 284 s.
- 5 Aysautov M. Osnovnoy pokazatel' yekologichnosti // Promyshlennost' Kazahstana. – 2004. – № 1 (22). – S. 58–59.
- 6 Yekologiya i yekonomika prirodoopol'zovaniya: Uchebnik dlya vuzov /Pod red. Ye.V. Girusova, prof. V.N. Lopatina. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, Единство, 2003. – 519 с.
- 7 Avramenko I.M. Osnovy prirodoispol'zovaniya: ucheb. posobie / – Rostov-na-Donu: Feniks, 2006. – 320 s.
- 8 Tetel'min V.V., Yazev V. A. Zawita okruzhayuwey sredy v neftegazovom komplekse. – Dolgoprudnyy; Izdatel'skiy dom «Intellekt», 2009. – 352 s.

ТҮЙІН

Р.О. Шаихов

Инновациялық Еуразия университеті (Павлодар қ.)

Қалдықтармен жұмыс істеу жүйесінің және Қазақстанның мұнайгаз кәсіпорындарында қолданылатын ең жақсы қолжетімді технологиялар ретінде оларды қайта өңдеу технологияларының сәйкестігін негіздеу

Мақалада мұнайгаз кәсіпорындары қалдықтарын соңғы әлемдік техникалық зерттемелермен қайта өңдеудің қолданыстағы технологияларының қалдықтармен жұмыс істеу саласында қолданылатын қолжетімді ең жақсы технологияларға сәйкестігін салыстырмалы талдау нәтижелері келтірілген.

Түйін сөздер: қалдықтар, мұнайгаз кәсіпорындары, қолжетімді ең жақсы технологиялар.

RESUME

R.O. Shaikhov

Innovative University of Eurasia (Pavlodar)

Justification of the corresponding system of waste management and recycling technology as the best available techniques implemented in the oil and gas companies in Kazakhstan

The article presents the results of a comparative analysis of existing technologies of waste processing of oil and gas companies with the latest global technical developments in compliance with the best available techniques used in the field of waste management.

Key words: waste, oil companies, the best available technology.

Естественные науки

УДК 511.1

Д.И. Исмоилов, доктор физико-математических наук

Р.А. Куслий

Инновационный Евразийский университет (г. Павлодар)

E-mail: rainyshka@mail.ru

Применение круговых многочленов к теории делимости

Аннотация. В данной статье рассматривается применение двух теорем, базирующих на свойстве круговых многочленов, доказанных профессором Д. Исмоиловым. Приведены различные приложения в качестве теоретических утверждений и численные примеры, которые представляют научную и практическую ценность.

Ключевые слова: круговые многочлены, теория делимости.

Основа теории делимости на числа в традиционном смысле дается например, у Виноградова И.И. [1], а теория многочленов, в том числе круговых многочленов, изложена у Куроша А.Г. [2]. Здесь мы будем рассматривать некоторое развитие теоремы делимости на числах и многочленах. Начнем с рассмотрения примеров на предмет делимости:

Докажем, что многочлены кратны (делятся без остатка)

1) $2^n - 1 : 1^2$;

2) $3^n + 2n - 1 : 2^2$

3) $4^n + 6n - 1 : 3^2$

4) $5^n + 12n - 1 : 4^2$

5) $6^n + 20n - 1 : 5^2$

6) $104^n + 10506 \cdot n - 1 : 103^2$

и т.д. при любом n .

Приведем доказательство некоторых из них, используя метод математической индукции:

1) $3^n + 2n - 1$ всегда кратно 2^2 при любом n .

$$3^{k+1} + 2(k+1) - 1 = 3^k \cdot 3 + 2k + 2 - 1 = 3^k(2+1) + 2k + 2 - 1 = (3^k + 2k - 1) + 2(3^k + 1).$$

Первое слагаемое делится на 2^2 в силу индуктивного предположения, второе слагаемое расписываем еще раз методом индукции:

$$3^{k+1} + 1 = 3^k 3 + 1 = 3^k(2+1) + 1 = 3^k + 1 + 2 \cdot 3^k$$

Таким образом, выражение 1) истинно при любом n .

2) $4^n + 6n - 1$ всегда кратно 3^2 при любом n .

$$4^{k+1} + 6(k+1) - 1 = 4^k \cdot 4 + 6k + 6 - 1 = 4^k(3+1) + 6k + 6 - 1 = (4^k + 6k - 1) + 3(4^k + 2)$$

В этом примере также первое слагаемое делится на 3^2 в силу индуктивного предположения, второе слагаемое исследуем также методом индукции. Пусть $4^k + 2 : 3$; $1 \leq k \leq m$; покажем, что при $m = k + 1$ также делится на 3:

$4^{k+1} + 2 = 4^k \cdot 4 + 2 = 4^k(3+1) + 2 = 4^k + 2 + 3 \cdot 4^k$; по индуктивному предположению $4^k + 2 : 3$; при всех $k = 1, 2, \dots$

Таким образом, выражение 2) истинно при любом n . Заметим, что при больших основаниях степени, к примеру:

$104^n + 10506 \cdot n - 1$ всегда кратно 103^2 при любом n , происходит усложнение задачи. По мере возрастания величин основания степени все труднее становится расчет таких примеров, и применения индуктивного подхода.

Сформулируем и докажем одну общую теорему, предложенную Д.И. Исмоиловым, на базе круговых многочленов, от которой следуют многочисленные примеры о делимости на полный квадрат,

любого натурального числа (в общем любого квадратного объекта), в частности многочленов вида $D_n(g)$ (см. ниже). Заметим, что для многочлена деления круга имеет место:

$$g^n - 1 = (g - 1)P_n(g); \quad (1)$$

где $P_n(g) = 1 + g + g^2 + \dots + g^{n-1}$ – круговой многочлен.

Применим формулу для суммы членов геометрической прогрессии:

$$P_n(g) = \frac{g^n - 1}{g - 1}; \quad (g \neq 1) \quad (2)$$

где g – знаменатель прогрессии.

Для нашей цели требуется несколько точнее изучить этот многочлен $g^n - 1$; при $g \geq 2$

$$g^n - 1 = (g - 1) \cdot P_n(g) = (g - 1) \cdot \sum_{k=0}^{n-1} g^k \quad (3)$$

Отсюда, после применения второго шага разложения, так называемого «переразложения», получим:

$$g^n - 1 = (g - 1)^2 \sum_{m=0}^{n-1} \cdot \sum_{m=0}^k g^m + (g - 1) \cdot n \quad (4)$$

Теперь введем многочлен Исмоилова:

$$D_n(g) = g^n + (g - 2)(g - 1)n - 1; \quad (5)$$

Он совпадает с рассмотренными нашими примерами при $g = 2; 3; 4; \dots; 104$ и $n = 1; 2; 3; \dots$

Далее, приводим первое наше утверждение:

Теорема 1.

Справедливы формулы:

$$D_n(g) = (g - 1)^2 \cdot A_n(g) \quad (6)$$

где

$$A_n(g) = \sum_{k=0}^{n-1} P_k(g) + n. \quad (7)$$

Доказательство. Прибавляем к обеим частям равенства (4) величину $(g - 2)(g - 1)$, тогда получим (см. (5)) наш многочлен:

$$D_n(g) = g^n + (g - 2)(g - 1)n - 1 = (g - 1)^2 \cdot A_n(g),$$

теорема доказана.

Следствие 1. При любых натуральных n и g справедливы признаки делимости:

1) $D_n(g) \div (g - 1)^2$;

2) $D_n(g) \div A_n(g)$.

Рассмотрим примеры для каждого из них:

1. при $g = 3$:

$$D_n(3) = 3^n + (3 - 2)(3 - 1)n - 1 = 3^n + 2n - 1 \div (3 - 1)^2 \cdot A_n(3)$$

при $n = 4$:

$$D_4(3) = 3^4 + 2 \cdot 4 - 1 = 81 + 8 - 1 = 88$$

$$D_4(3) = 2^2 \cdot A_4(3)$$

$$A_4(3) = \sum_{k=1}^3 P_k(3) + 4 = P_1(3) + P_2(3) + P_3(3) + 4 = 1 + (1 + 3) + (1 + 3 + 3^2) + 4 =$$

$$= 1 + 4 + \frac{3^3 - 1}{2} + 4 = 9 + 13 = 22$$

$$D_4(3) = 2^2 \cdot 22 = 88$$

2. $g = 1001$:

$$D_n(1001) = 1001^n + (1001 - 2)(1001 - 1)n - 1 = 1001^n + 999000 \cdot n - 1 \div (1001 - 1)^2 \cdot A_n(1001)$$

при $n = 4$:

$$D_4(1001) = 1001^4 + 999000 \cdot 4 - 1 = 1004006004001 + 3996000 - 1 = 1004010000000$$

$$D_4(1001) = 1000^2 \cdot A_4(1001)$$

$$A_4(1001) = \sum_{k=1}^3 P_k(1001) + 4 = P_1(1001) + P_2(1001) + P_3(1001) + 4 =$$

$$= 1 + (1 + 1001) + (1 + 1001 + 1001^2) + 4 = 1 + 1002 + \frac{1001^3 - 1}{1001} + 4 =$$

$$1003 + 1003003 + 4 = 1004010$$

$$D_4(1001) = 1000^2 \cdot 1004010 = 1004010000000.$$

Замечание. Все вышеприведенные рассуждения верны также для любого комплексного g , а в общем случае для элементов любого поля P над некоторым числовым полем.

Следствие 2.

Числа Ферма имеют вид:

$$f_m = 2^{2^m} + 1.$$

Французский математик Ферма выдвинул гипотезу, что все числа этого вида простые:

$$f_0 = 3; f_1 = 5; f_2 = 17; f_3 = 257; f_4 = 65537.$$

Но эта гипотеза была опровергнута Л. Эйлером в 1732 г., он нашел разложение числа Ферма $f_5 = 641 \cdot 6700417$, т.е. f_n – составное, и до сих пор не найдено ни одно простое число вида f_n , кроме тех, которые были известны Ферма.

Используя Теорему 1, мы знаем, что:

$$D_n(g) = (g - 1)^n \cdot \left[\sum_{k=1}^{n-1} P_k(g) + n \right]$$

Если примем за g :

$$g = f_m + 1 = 2^{2^m} + 2.$$

Тогда при таком выборе g , многочлен $D_n(g)$ будет иметь следующий вид:

$$D_n(g) = (2^{2^m} + 1)^n \cdot \left[\sum_{k=1}^{n-1} P_k(2^{2^m} + 2) + n \right]$$

$$D_n(g) : f_m^2 \cdot \left[\sum_{k=1}^{n-1} P_k(f_m + 1) + n \right]$$

Таким образом, мы получили делимость:

$$D_n(g) : f_m^2 \text{ и } D_n(g) : A_n(g).$$

Мы приведем еще одну теорему профессора Д.И. Исмоилова без доказательства и рассмотрим некоторые приложения этой теоремы (далее см. следствие 1, где дается схема доказательства этой теоремы). Пусть $g \geq 2$ – любое натуральное число, n – натуральное, k – любое неотрицательное целое, рассмотрим еще одну общую теорему в связи с круговыми многочленами. Эта теорема выгодна тем, что вводятся новые параметры, тем самым появляется больше возможности приложения.

Теорема 2.

Обозначим через $D_n(g, k)$ – следующее выражение:

$$D_n(g, k) = P_n(g)(g^n + (2\sqrt{g-1} \cdot k - 1)) + k^2 \quad (8)$$

Тогда величина $D_n(g, k)$ при всех указанных параметрах будет полным квадратом, т.е. верно равенство:

$$D_n(g, k) = (\sqrt{g-1} \cdot P_n(g) + k)^2 \quad (9)$$

Доказательство этого утверждения проводится с учетом свойства многочлена $P_n(g)$. Приведем некоторые приложения этой теоремы.

Следствие 1.

Рассмотрим традиционный случай, когда $g = 10$ (числа рассматриваются по основанию 10), и приведем доказательство теоремы 2:

$$\text{Тогда имеем } P_n(10) = 10^{n-1} + 10^{n-2} + \dots + 10 + 1 = \frac{10^n - 1}{10 - 1} = \frac{10^n - 1}{9}.$$

Используя формулу (8) получим:

$$\begin{aligned} D_n(10, k) &= P_n(10) \cdot (10^n + 6k - 1) + k^2 = \frac{10^n - 1}{9} (10^n + 6k - 1) + k^2 = \\ &= \frac{10^{2n} + 6 \cdot 10^n \cdot k - 10^n - 10^n - (6k - 1) + 9k^2}{9} = \frac{10^{2n} - 10^n + (6k - 1) \cdot 10^n + 9k^2 - (6k - 1)}{9} = \\ &= \frac{10^{2n} + 2(3k - 1) \cdot 10^n + (3k - 1)^2}{9} = \frac{(10^n + (3k - 1))^2}{9} = \left(\frac{10^n + (3k - 1)}{3} \right)^2 \\ D_n(10, k) &= P_n(10) \left(10^n + (6k - 1) \right) + k^2 \\ D_n(10, k) &= \left(\frac{10^n + (3k - 1)}{3} \right)^2 = \left(\frac{10^n}{3} + k - \frac{1}{3} \right)^2 = \left(\frac{10^n - 1}{3} + k \right)^2 = (3P_n(10) + k)^2. \end{aligned}$$

Легко заметить, что при любом фиксированном $k = 0, 1, 2, \dots$ и любом $n = 1, 2, \dots$; $A_n(g, k)$ – есть натуральное число:

$$\begin{aligned} A_n(10, k) &= 3P_n(10) + k, \\ D_n(10, k) &= \left(A_n(10, k) \right)^2 \end{aligned}$$

Следствие 2.

При $g = m^{2l} + 1$, $l = 1, 2, \dots$ тогда при всех натуральных m имеет место равенство:

$$D_n(g, k) = P_n(m^{2l} + 1) \cdot ((m^{2l} + 1)^n + 2m^l k - 1) + k^2 = \left(m^l \cdot P_n(m^{2l} + 1) + k \right)^2$$

При $l = 1$ имеем: $g = m^2 + 1$; $g - 1 = m^2$; $m = \sqrt{g - 1}$;

Тогда получаем формулу:

$$D_n(g, k) = P_n(m^2 + 1)((m^2 + 1)^n + 2mk - 1) + k^2 = \left(m \cdot P_n(m^2 + 1) + k \right)^2 \quad (10)$$

Выпишем ряд частных случаев:

1. $m = 0$; $g = 1$; $P_n(1) = n$; $D_n(1, k) = (0 \cdot P_n(1) + k)^2 = k^2$
2. $m = 1$; $g = 2$; $D_n(2, k) = (1 \cdot P_n(2) + k)^2$

$$P_n(2) = (2)^{n-1} + (2)^{n-2} + \dots + 2 + 1 = \frac{2^n - 1}{1} = 2^n - 1$$

$$D_n(2, k) = \left(2^n - 1 + k \right)^2$$

3. $m = 2$; $g = 5$; $D_n(5, k) = (2 \cdot P_n(5) + k)^2$

$$P_n(5) = (5)^{n-1} + (5)^{n-2} + \dots + 5 + 1 = \frac{5^n - 1}{4}$$

$$D_n(5, k) = \left(2 \cdot \frac{5^n - 1}{4} + k \right)^2 = \left(\frac{5^n - 1}{2} + k \right)^2.$$

Следствие 3.

Рассмотрим примеры, при которых g – некоторое тригонометрическое выражение, такое, при котором $g \geq 2$.

1. $g = \sin \alpha + \cos \alpha + 1$

Проверим, $\sin \alpha + \cos \alpha + 1 \geq 2$

$$\sin \alpha + \cos \alpha \geq 1$$

Для того чтобы выполнялось неравенство, α должно принадлежать промежутку $0 \leq \alpha \leq \frac{\pi}{2}$, тогда:

$$D_n(g, k) = P_n(\sin \alpha + \cos \alpha + 1) \cdot \left((\sin \alpha + \cos \alpha + 1)^n + (2 \cdot \sqrt{\sin \alpha + \cos \alpha} \cdot k - 1) \right) k^2$$

По теореме 2 получим равенство:

$$D_n(g, k) = \left(\sqrt{\sin \alpha + \cos \alpha} \cdot P_n(\sin \alpha + \cos \alpha + 1) + k \right)^2$$

2. $g = \text{tg}^2 \alpha + 1$

$$\text{tg}^2 \alpha + 1 \geq 2$$

$$\text{tg}^2 \alpha \geq 1$$

$$\text{tg} \alpha \geq 1$$

$$\frac{\pi}{4} + \pi m \leq \alpha < \frac{\pi}{2} + \pi m$$

Таким образом, для $g = \text{tg}^2 \alpha + 1$, при $g \geq 2$ подходит такое α , которое принадлежит интервалу $\left[\frac{\pi}{4} + \pi m; \frac{\pi}{2} + \pi m \right)$ (Рисунок 1) и тогда:

$$D_n(g, k) = P_n(\text{tg}^2 \alpha + 1) \cdot \left((\text{tg}^2 \alpha + 1)^n + (2 \cdot \sqrt{\text{tg}^2 \alpha + 1 - 1} \cdot k - 1) \right) k^2$$

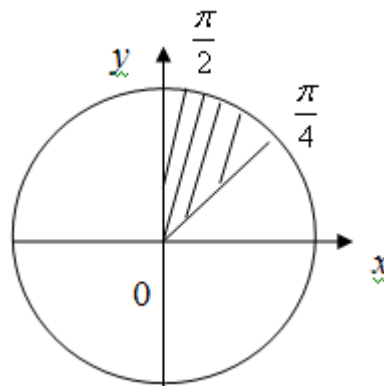


Рисунок 1 – Тригонометрический круг

По теореме 2 получим равенство:

$$D_n(\text{tg}^2 \alpha + 1, k) = \left(\text{tg} \alpha \cdot P_n(\text{tg}^2 \alpha + 1) + k \right)^2$$

Зная что

$$P_n(\text{tg}^2 \alpha + 1) = \frac{(\text{tg}^2 \alpha + 1)^n - 1}{\text{tg}^2 \alpha + 1 - 1} = \frac{(\text{tg}^2 \alpha + 1)^n - 1}{\text{tg}^2 \alpha}$$

Тогда получаем:

$$D_n(\text{tg}^2 \alpha + 1, k) = \left(\text{tg} \alpha \cdot \frac{(\text{tg}^2 \alpha + 1)^n - 1}{\text{tg}^2 \alpha} + k \right)^2 = \left(\frac{(\text{tg}^2 \alpha + 1)^n - 1}{\text{tg} \alpha} + k \right)^2$$

Например, при $\alpha = \frac{\pi}{3}$ наше выражение примет следующий вид:

$$D_n(\text{tg}^2 \frac{\pi}{3} + 1, k) = \left(\frac{\left(\text{tg}^2 \frac{\pi}{3} + 1 \right)^n - 1}{\text{tg} \frac{\pi}{3}} + k \right)^2 = \left(\frac{\left((\sqrt{3} + 1)^n - 1 \right)}{\sqrt{3}} + k \right)^2 = \left(\frac{4^n - 1}{\sqrt{3}} + k \right)^2$$

Следствие 4.

Рассмотрим случай, при котором $g = P_m^2(x) + 1$, где $P_m(x)$ – круговой многочлен. При условии, что $g \geq 2$, тогда по формуле (8):

$$D_n(P_m^2(x)+1, k) = P_n(P_m^2(x)+1) \cdot (P_m^2(x)+1)^n + (2 \cdot \sqrt{P_m^2(x)+1} - 1 \cdot k - 1)$$

Следовательно, применяя теорему 2, получим:

$$D_n(P_m^2(x)+1, k) = \binom{P_m^2(x)+1}{m} \cdot P_n(P_m^2(x)+1) + k$$

Рассмотрим некоторые частные случаи в качестве примеров из следствия 4:

$$1. \quad g = P_2^2(3)+1 = (1+3)^2 + 1 = 4^2 + 1 = 17$$

$$D_n(P_2^2(3)+1, k) = \binom{P_2^2(3)+1}{2} \cdot P_n(P_2^2(3)+1) + k$$

$$D_n(P_2^2(3)+1, k) = \binom{4}{2} \cdot P_n(4^2 + 1) + k = \binom{4}{2} \cdot P_n(17) + k$$

$$P_n(17) = \frac{17^n - 1}{17 - 1} = \frac{17^n - 1}{16}$$

$$D_n(P_2^2(3)+1, k) = \left(4 \cdot \frac{17^n - 1}{16} + k \right)^2 = \left(\frac{17^n - 1}{4} + k \right)^2$$

$$2. \quad g = P_3^2(3)+1 = (1+3+3^2)^2 + 1 = 169 + 1 = 170$$

$$D_n(P_3^2(3)+1, k) = \binom{P_3^2(3)+1}{3} \cdot P_n(P_3^2(3)+1) + k$$

$$D_n(P_3^2(3)+1, k) = \binom{170}{3} \cdot P_n(13^2 + 1) + k = \binom{170}{3} \cdot P_n(170) + k$$

$$P_n(170) = \frac{170^n - 1}{170 - 1} = \frac{170^n - 1}{169}$$

$$D_n(P_3^2(3)+1, k) = \left(13 \cdot \frac{170^n - 1}{169} + k \right)^2 = \left(\frac{170^n - 1}{13} + k \right)^2$$

$$(170^n - 1) : 169$$

$$(170^n - 1) : 13$$

$$3. \quad g = P_3^2(4)+1 = (1+4+4^2)^2 + 1 = 441 + 1 = 442$$

$$D_n(P_3^2(4)+1, k) = \binom{P_3^2(4)+1}{3} \cdot P_n(P_3^2(4)+1) + k$$

$$D_n(P_3^2(4)+1, k) = \binom{442}{3} \cdot P_n(21^2 + 1) + k = \binom{442}{3} \cdot P_n(442) + k$$

$$P_n(442) = \frac{442^n - 1}{442 - 1} = \frac{442^n - 1}{441}$$

$$D_n(P_3^2(4)+1, k) = \left(21 \cdot \frac{442^n - 1}{441} + k \right)^2 = \left(\frac{442^n - 1}{21} + k \right)^2$$

$$(442^n - 1) : 441$$

$$(442^n - 1) : 21.$$

В завершение статьи предложим две задачи на тему решения уравнения в целых числах.

1. Докажите, что при любом четном $n \geq 2$ уравнение $y^2 + y = P_{n+1}(x)$ не имеет решений в целых числах $(x; y)$. (Д. Исмоилов). При $n = 4$; эта задача предложена в примере 5.24 (б) учебника С.Б. Гашкова, В.Н. Чубарикова [3].

2. Найдите решения уравнения:

$$C_{x+1}^y = C_x^y; \quad (11)$$

где C_n^k - биномиальные коэффициенты в целых числах $(x; y)$. Укажите численные примеры [4].

Указание. Равенство (11) равносильно следующему уравнению:

$$x^2 - 3xy + y^2 - 2y - 1 = 0.$$

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Виноградов И.И. Основы теории чисел. – СПб: Лань, 2006. – 176 с.
- 2 Курош А.Г. Курс высшей алгебры. – М.: Наука, 1968. – 431 с.
- 3 Гашков С.Б., Чубариков В.Н. Арифметика. Алгоритмы. Сложность вычислений. – М.: Дрофа, 2005.

REFERENCES

- 1 Vinogradov I.I. Osnovy teorii chisel. – SPb: Lan', 2006. – 176 s.
- 2 Kurosh A.G. Kurs vysshey algebrы. – M.: Nauka, 1968. – 431 s.
- 3 Gashkov S.B., Chubarikov V.N. Arifmetika. Algoritmy. Slozhnost' vychisleniy. – M.: Drofa, 2005.

ТҮЙІН

*Д.И. Исмоилов, физика-математика ғылымдарының докторы,
Р.А. Куслий
Инновациялық Еуразия университеті (Павлодар қ.)*

Щеңберлі көпмүшелерді бөліну теориясына қолдану

Бұл мақалада профессор Д. Исмоилов дәлелдеген, бөліну теориясы негізінде сипатталған, көпмүшелер щеңберінің 2 теориясы қаралады. Ғылыми және практикалық құндылықтары бар теориялық пайымдаулар мен сандық мысалдар ретінде әр түрлі қосымшалар келтіріледі.

Түйін сөздер: щеңберлі көпмүшелер, бөліну теориясы.

RESUME

*I.D. Ismoilov, Doctor of Physico-mathematical Sciences,
R.A. Kusliy
Innovative University of Eurasia (Pavlodar)*

Use of circular polynomials to the theory of divisibility

This article examines the use of two theorems proved by Professor I. D. Ismoilov, based on the properties of circular polynomials. Shows the different applications as theoretical statements and numerical examples that are definitely scientific and practical value.

Keywords: circular polynomial, theory of divisibility.

УДК 51

А.Г. Кенжанов

Инновационный Евразийский университет (г. Павлодар)

E-mail: kaf_math@ineu.edu.kz

Основные методы решения уравнений Фредгольма первого и второго рода

Аннотация. В статье рассмотрены примеры решений интегральных уравнений Фредгольма второго и первого рода, их решение показано методом определителей и последовательных приближений.

Ключевые слова: интегральные уравнения, уравнения Фредгольма первого рода, уравнения Фредгольма второго рода, метод определителей, метод последовательных приближений, рекуррентные соотношения.

Рассмотрим решение уравнения Фредгольма второго рода:

$$\varphi(x) = f(x) + \lambda \int_a^b R(x, t; \lambda) f(t) dt. \quad (2)$$

где функция $R(x,t;\lambda)$, называемая резольвентой Фредгольма уравнения (1), определяется равенством:

$$R(x,t;\lambda) = \frac{D(x,t;\lambda)}{D(\lambda)} \tag{3}$$

При условии что $D(\lambda) \neq 0$. Здесь $D(x,t;\lambda)$ и $D(\lambda)$ – степенные ряды по λ ;

$$D(x,t;\lambda) = k(x,t) + \sum_{n=1}^{\infty} \frac{(-1)^n}{n!} B_n(x,t) \lambda^n, \tag{4}$$

$$D(\lambda) = 1 + \sum_{n=2}^{\infty} \frac{(-1)^n}{n} C_n \lambda^n, \tag{5}$$

коэффициенты которых определяются формулами:

$$B_n(x,t) = \int_a^b \int_a^b \begin{vmatrix} k(x,t) & k(x,t_1) & \dots & k(x,t_n) \\ k(t_1,t) & k(t_1,t_1) & \dots & k(t_1,t_n) \\ k(t_2,t) & k(t_2,t_1) & \dots & k(t_2,t_n) \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ k(t_n,t) & k(t_n,t_1) & \dots & k(t_n,t_n) \end{vmatrix} dt_1 \dots dt_n \tag{6}$$

дается формулой:
$$\varphi(x) - \lambda \int_a^b k(x,t) \varphi(t) dt = f(x) \tag{1}$$

причем

$$B_0(x,t) = k(x,t)$$

$$C_n = \int_a^b \int_a^b \begin{vmatrix} k(t_1,t_1) & k(t_1,t_2) & \dots & k(t_1,t_n) \\ k(t_2,t_1) & k(t_2,t_2) & \dots & k(t_2,t_n) \\ k(t_3,t_1) & k(t_3,t_2) & \dots & k(t_3,t_n) \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ k(t_n,t_1) & k(t_n,t_2) & \dots & k(t_n,t_n) \end{vmatrix} dt_1 \dots dt_n \tag{7}$$

Функция от $D(x,t;\lambda)$ называется минором Фредгольма, а $D(\lambda)$ – определителем Фредгольма.

В случае, когда ядро $k(x, t)$ ограничено или же интеграл $\int_a^b \int_a^b k^2(x,t) dx dt$ имеет конечное значение, ряды

(4) и (5) сходятся для всех значений λ , и значит являются целыми аналитическими функциями от λ . Резольвента

$$R(x,t;\lambda) = \frac{D(x,t;\lambda)}{D(\lambda)} \quad [1, \text{ с. 67}]$$

есть аналитическая функция от λ , кроме тех значений λ , которые являются нулями функции $D(\lambda)$.

Пример. С помощью определителей Фредгольма найти резольвенту ядра $k(x,t)=xe^t$; $a=0$; $b=1$.
Решение. Имеем $B_0(x,t)=xe^t$.

$$B_1(x,t) = \int_0^1 \begin{vmatrix} xe^t & xe^{t_1} \\ t_1 e^t & t_1 e^{t_1} \end{vmatrix} dt_1 = 0$$

$$B_2(x,t) = \int_0^1 \int_0^1 \begin{vmatrix} xe^t & xe^{t_1} & xe^{t_2} \\ t_1 e^t & t_1 e^{t_1} & t_1 e^{t_2} \\ t_2 e^t & t_2 e^{t_1} & t_2 e^{t_2} \end{vmatrix} dt_1 dt_2 = 0.$$

Так как определители под знаком интеграла равны нулю, очевидно, что и все последующие $B_n(x,t)=0$. Находим коэффициенты C_n :

$$C_1 = \int_0^1 k(t_1, t_1) dt_1 = \int_0^1 t_1 \ell^{t_1} = 1,$$

$$C_2 = \int_0^1 \int_0^1 \begin{vmatrix} t_1 \ell^{t_1} & t_1 \ell^{t_2} \\ t_2 \ell^{t_1} & t_2 \ell^{t_2} \end{vmatrix}$$

Очевидно, что и все последующие $C_n=0$. Согласно формулам (4) и (5) в нашем случае имеем:

$$D(x,t;\lambda)=k(x, t)= x e^t; \quad D(\lambda)=1-\lambda.$$

Таким образом,

$$R(x,t; \lambda) = \frac{D(x,t; \lambda)}{D(\lambda)} = \frac{x e^t}{1-\lambda}.$$

Применим полученный результат к решению интегрального уравнения:

$$\varphi(x) - \lambda \int_0^1 x \ell^t \varphi(t) dt = f(x) \quad (\lambda \neq 1).$$

Согласно формуле (2):

$$\varphi(x) = f(x) + \lambda \int_0^1 \frac{x \ell^t}{1-\lambda} f(t) dt = 0.$$

В частности, для $f(x)=e^{-x}$ получаем:

$$\varphi(x) = \ell^{-x} + \frac{\lambda}{1-\lambda} x.$$

Вычисление по формулам (1) и (2)

$$B_n(x,t) = \int_a^b \dots \int_a^b \begin{vmatrix} k(x,t) & k(x,t_1) \dots k(x,t_n) \\ k(t_1,t) & k(t_1,t_1) \dots k(t_1,t_n) \\ k(t_2,t) & k(t_2,t_2) \dots k(t_2,t_n) \\ \dots & \dots \\ k(t_n,t) & k(t_n,t_1) \dots k(t_n,t_n) \end{vmatrix} dt_1 \dots dt_n \tag{1}$$

$$C_n = \int_a^b \dots \int_a^b \begin{vmatrix} k(t_1,t_1) & k(t_1,t_2) \dots k(t_1,t_n) \\ k(t_2,t_1) & k(t_2,t_2) \dots k(t_2,t_n) \\ k(t_3,t_1) & k(t_3,t_2) \dots k(t_3,t_n) \\ \dots & \dots \\ k(t_n,t_1) & k(t_n,t_2) \dots k(t_n,t_n) \end{vmatrix} dt_1 \dots dt_n \tag{2}$$

коэффициентов $B_n(x,t)$ и C_n практически возможно лишь в очень редких случаях, но из этих формул получаются следующие рекуррентные соотношения:

$$B_n(x,t) = C_n k(x,t) - n \int_a^b k(x,s) B_{n-1}(s,t) ds \tag{3}$$

$$C_n = \int_a^b B_{n-1}(s, s) ds \tag{4}$$

Зная, что коэффициент $C_0=1$ и $B_0(x,t)=k(x,t)$ по формулам (3) и (4), найдем последовательно $C_1, B_1(x,t), C_2, B_2(x,t), C_3$ и т.д.

Пример. Пользуясь формулами (3) и (4) найти резольвенту ядра $k(x,t)=x-2t$, где $0 \leq x \leq 1, 0 \leq t \leq 1$.

Решение. Имеем $C_0=1, B_0(x,t)=x-2t$. Пользуясь формулой (9) найдем:

$$C_2 = \int_0^1 (-s) ds = -\frac{1}{2}$$

По формуле (3) получим:

$$B_1(x, y) = \frac{x-2t}{3} - \int_0^1 (x-2s)(s-2t) ds = -x-t+2xt + \frac{2}{3}$$

Далее будем иметь:

$$C_2 = \int_0^1 (-2s + 2s^2 + \frac{2}{3}) ds = \frac{1}{3}$$

$$B_2(x, y) = \frac{x-2t}{3} - 2 \int_0^1 (x-2s)(-s-t+2st + \frac{2}{3}) ds = 0$$

$$C_3=C_4=\dots=0, B_3(x, t)=B_4(x, t)=\dots=0$$

Следовательно,

$$D(\lambda) = 1 + \frac{\lambda}{2} + \frac{\lambda^2}{6}; D(x, t; \lambda) = x - 2t + (x + t - 2xt - \frac{2}{3})\lambda$$

Резольвента данного ядра будет:

$$R(x, t; \lambda) = \frac{x - 2t + (x + t - 2xt - \frac{2}{3})}{1 + \frac{\lambda}{2} + \frac{\lambda^2}{6}}$$

Мы докажем существование уравнения

$$\varphi(x) - \lambda \int_a^b \kappa(x, t)\varphi(t) dt = f(x) \tag{1}$$

(при достаточно малых $|\lambda|$) методом последовательных приближений.

Для простоты выкладок будем предполагать, что:

1) ядро $k(x, s)$ непрерывно в квадрате $a \leq x, s \leq b$; тогда оно ограничено некоторой константой $A, |k| \leq A$;

2) функция $f(x)$ непрерывна на отрезке $[a, b]$, следовательно, она ограничена на этом отрезке некоторой константой $B, |f| \leq B$.

Построим последовательность функций $\varphi_1(x), \varphi_2(x), \dots, \varphi_n(x)$ по следующему правилу:

$$\varphi_1(x) = f(x) + \lambda \int_a^b \kappa(x, s)\varphi_0(s) ds \tag{2}$$

где $\varphi_0(s)$ – произвольная фиксированная непрерывная функция.

$$\varphi_2(x) = f(x) + \lambda \int_a^b \kappa(x, s)\varphi_1(s) ds \tag{3}$$

$$\dots \dots \dots \varphi_n(x) = f(x) + \lambda \int_a^b \kappa(x, s)\varphi_{n-1}(s) ds \tag{4}$$

Теорема 1. Последовательность (2) – (4) функций $\varphi_n(x)$ равномерно сходится на отрезке $[a, b]$, к функции $\varphi(x)$, являющейся решением уравнения (1) при $\lambda < \frac{1}{A(b-a)}$.

Доказательство:

Преобразуем формулы для получения $\varphi_n(x)$. Подставляя функцию $\varphi_1(x)$ в $\varphi_2(x)$, получим:

$$\varphi_2(x) = f(x) + \lambda \int_a^b \kappa(x, s) f(s) ds + \lambda^2 \int_a^b \kappa(x, s) \int_a^b \kappa(s, t) \varphi_0(t) ds$$

Меняя в последнем интеграле порядок интегрирования, получим:

$$\varphi_2(x) = f(x) + \lambda \int_a^b \kappa_1(x, s) f(s) ds + \lambda^2 \int_a^b \kappa_2(x, s) \varphi_0(s) ds$$

$$\kappa_1(x, s) = \kappa(x, s), \quad \kappa_2(x, s) = \int_a^b \kappa_1(x, t) \kappa_1(t, s) dt$$

Аналогично находим:

$$\begin{aligned} \varphi_n(x) = & f(x) + \lambda \int_a^b \kappa_1(x, s) f(s) ds + \lambda^2 \int_a^b \kappa_2(x, s) f(s) ds + \dots \\ & \dots + \lambda^{n-1} \int_a^b \kappa_{n-1}(x, s) f(s) ds + \lambda^n \int_a^b \kappa_n(x, s) \varphi_0(s) ds \end{aligned}$$

где

$$\kappa_n(x, s) = \int_a^b \kappa_1(x, t) \kappa_{n-1}(t, s) dt$$

Предел функции $\varphi_n(x)$, если он существует, равен сумме ряда:

$$\bar{\varphi}(x) = f(x) + \lambda \int_a^b \kappa_1(x, s) f(s) ds + \lambda^2 \int_a^b \kappa_2(x, s) f(s) ds \tag{5}$$

Докажем равномерную сходимость ряда. Для этого оценим интегралы:

$$\int_a^b \kappa(x, s) f(s) ds$$

Имеем

$$\begin{aligned} \left| \int_a^b \kappa_2(x, s) f(s) ds \right| & \leq A^2 (b-a) \int_a^b |f(s)| ds \\ \left| \int_a^b \kappa_3(x, s) f(s) ds \right| & \leq A^3 (b-a)^2 \int_a^b |f(s)| ds \\ & \dots \\ \left| \int_a^b \kappa_n(x, s) f(s) ds \right| & \leq A^n (b-a)^{n-1} \int_a^b |f(s)| ds \end{aligned}$$

Поэтому

$$\left| \int_a^b \kappa(x, s) f(s) ds \right| \leq A^n (b-a)^{n-1} \int_a^b |f(s)| ds \leq A^n B (b-a)^n$$

Следовательно, числовой ряд

$$\sum_{n=0}^{\infty} A^n B (b-a)^n \tag{6}$$

является мажорантным для ряда (5). Если $\lambda < \frac{1}{A(b-a)}$, то ряд (6) сходится. Следовательно, при таких

λ ряд (6) сходится, а вместе с ним и последовательность функций $\varphi_n(x)$ равномерно сходится к функции

$\bar{\varphi}(x)$. Эта функция является решением уравнения (1). В самом деле, переходя в формуле (4) к пределу при $n \rightarrow \infty$, получим

$$\bar{\varphi}(x) = \lambda \int_a^b k(x, s) \bar{\varphi}(s) ds + f(x)$$

Переход к пределу под знаком интеграла здесь закончен, так как последовательность сходится равномерно.

Заметим, что предел $\lim_{n \rightarrow \infty} \varphi_n(x) = \bar{\varphi}(x)$ не зависит от выбора функции $\varphi_0(x)$ (нулевого приближения). В самом деле, если существует еще одно решение $\psi(x)$ уравнения (1), то, полагая в процедуре построения функций (2) – (4) $\varphi_0(x) = \psi(x)$, получим

$$\varphi_1(x) = \psi(x), \varphi_2(x) = \psi(x), \dots, \varphi_n(x) = \psi(x) \dots$$

Эта последовательность имеет пределом функцию $\bar{\varphi}(x)$. Но вместе с тем очевидно:

$$\lim_{n \rightarrow \infty} \varphi_n(x) = \psi(x)$$

Таким образом, $\bar{\varphi}(x) = \psi(x)$. Теорема доказана.

Поскольку ряд (6) сходится при $\lambda < \frac{1}{A(b-a)}$, то при таких же λ сходится и ряд:

$$\sum_{n=0}^{\infty} A^n B \lambda^{n-1} (b-a)^{n-1}$$

Но этот ряд является мажорантным для ряда:

$$\sum_{n=1}^{\infty} \lambda^n k_n(x, s) \quad (7)$$

Следовательно, ряд (7) сходится равномерно. Поэтому ряд (5) можно записать в виде:

$$\bar{\varphi}(x) = f(x) + \lambda \int_a^b \left\{ \sum_{n=1}^{\infty} \lambda^{n-1} k_n(x, s) \right\} f(s) ds$$

или

$$\bar{\varphi}(x) = f(x) + \lambda \int_a^b R(x, s, \lambda) f(s) ds, \quad (8)$$

где функция

$$R(x, s, \lambda) = \sum_{n=1}^{\infty} \lambda^{n-1} k_n(x, s) \quad [1, \text{с. 151}]$$

называется резольвентой уравнения (1).

Пример. Решить интегральное уравнение

$$y(x) - \lambda \int_0^1 xy(t) dt = f(x), \quad 0 \leq x \leq 1 \text{ методом последовательных приближений [2, с. 76].}$$

Здесь $k(x, t) = xt$, $a=0$, $b=1$.

Решение. Последовательно найдем

$$k_1(x, t) = xt, \quad k_2(x, t) = \int_0^1 (xz)(zt) dz = \frac{xt}{3}$$

$$k_3(x, t) = \frac{1}{3} \int_0^1 (xz)(zt) dz = \frac{xt}{3^2}, \dots, k_n(x, t) = \frac{xt}{3^{n-1}}.$$

Согласно формуле

$$R(x, s, \lambda) = \sum_{n=1}^{\infty} \lambda^{n-1} k_n(x, s).$$

Получим

$$R(x, s, \lambda) = \sum_{n=1}^{\infty} \lambda^{n-1} k_n(x, s) = xt \sum_{n=1}^{\infty} \left(\frac{\lambda}{3} \right)^{n-1} = \frac{3xt}{3-\lambda},$$

причем $|\lambda| < 3$ и в силу формулы:

$$\bar{\varphi}(x) = f(x) + \lambda \int_a^b R(x, s, \lambda) f(s) ds$$

решение данного интегрального уравнения запишется в форме:

$$y(x) = f(x) + \lambda \int_0^1 \frac{3xt}{3-\lambda} f(t) dt, \quad 0 \leq x \leq 1, \lambda \neq 3.$$

В частности, при $f(x) = x$ получим

$$y(x) = \frac{3x}{3-\lambda}, \quad 0 \leq x \leq 1, \lambda \neq 3.$$

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Краснов М.Л., Киселев А.И., Макаренко Г.И. Интегральные уравнения. – М.: Едиториал УРСС, 2003. – 192 с.
- 2 Зон Б.А. Лекции по интегральным уравнениям. – М.: Высшая школа, 2004.

REFERENCES

- 1 Krasnov M.L., Kiselev A.I., Makarenko G.I. Integral'nye uravneniya. – M.: Editorial URSS, 2003. – 192 c.
- 2 Zon B.A. Lekcii po integral'nyim uravneniyam. – M.: Vysshaya shkola, 2004.

ТҮЙІН

А.Г. Кенжанов

Инновациялық Еуразия университеті (Павлодар қ.)

Бірінші және екінші текті Фредгольм теңдеулерін шешуінің негізі әдістері

Мақалада екінші және бірінші текті Фредгольм интегралды теңдеулерін шешу мысалдары қарастырылған, олардың шешімі анықтағыштар және тізбектелген жуықтау әдісімен көрсетілген.

Түйін сөздер: интегралды теңдеулер, бірінші текті Фредгольм теңдеулері, екінші текті Фредгольм теңдеулері, анықтағыштар әдісі, тізбектелген жуықтау әдісі, рекурренттік ара қатынастар.

RESUME

A.G. Kenzhanov

Innovative University of (Pavlodar)

Basic methods for solving Fredholm equations of the first and second kind

The article views examples of solutions of Fredholm integral equations of the first and second kind. Their solution is shown by the determinants and method of successive approximations.

Key words: integral equations, Fredholm equation of the first kind, Fredholm equation of the second kind, method of determinants, approximation method, recurrence relations.

УДК 664**Д.С. Свидерская**, кандидат технических наук,**К.С. Клочкова**

Инновационный Евразийский университет (г. Павлодар)

E-mail: lubimki27.24@mail.ru

Влияние химических пищевых добавок на микрофлору кишечника человека

Аннотация. В данной статье рассмотрено влияние химических пищевых добавок, таких как глутамат натрия и гуаровая камедь, на микрофлору желудочно-кишечного тракта человека и представлены результаты проведенных исследований.

Ключевые слова: микрофлора желудочно-кишечного тракта, бифидобактерии, химические пищевые добавки, глутамат натрия, гуаровая камедь.

Учитывая сложившиеся рыночные условия, современные производители продукции должны заботиться о том, чтобы выпускаемая ими продукция была конкурентоспособной, привлекательной в потребительском отношении, также не маловажным является экономическая эффективность ее производства. В связи с этим, в производстве пищевых продуктов стали использовать различные добавки, которые позволяют создать продукцию с более выраженными органолептическими свойствами, увеличенными сроками хранения, повышенной пищевой и биологической ценностью [1]. Но очень часто используются пищевые добавки химического происхождения, которые более выгодны для производителей, но недостаточно при этом изучены.

Поэтому потребители, должны знать, с чем имеют дело. Можно ли принимать в пищу продукт, в котором содержатся те или иные пищевые добавки? Безопасно ли для здоровья употребление в пищу продуктов, обогащенных пищевыми добавками? Какие могут быть последствия?

Целью исследований является установление влияния пищевых добавок на организм человека. Известно, что организм человека является макроорганизмом, состоящим из множества различных микроорганизмов и основная часть нашей полезной микрофлоры сконцентрирована в желудочно-кишечном тракте. Таким образом, определен круг исследований – установление влияния пищевых добавок на микрофлору желудочно-кишечного тракта человека.

Микрофлора кишечника в широком смысле – это совокупность различных микроорганизмов [2]. Содержание микрофлоры кишечника в норме представлено в таблице 1

Таблица 1 – Содержание микрофлоры кишечника в норме

Наименование микроорганизма	КОЕ/г фекалий
Бифидобактерии	$10^8 - 10^{10}$
Лактобактерии	$10^6 - 10^9$
Бактероиды	$10^7 - 10^9$
Пептококки и пептострептококки	$10^5 - 10^6$
Эшерихии	$10^6 - 10^8$
Стафилококки (гемолитические, плазмокоагулирующие)	не более 10^3
Стафилококки (негемолитические, эпидермальные, коагулазоотрицательные)	
Стрептококки	$10^4 - 10^5$
Клостридии	$10^5 - 10^7$
Эубактерии	$10^3 - 10^5$
Дрожжеподобные грибы	$10^9 - 10^{10}$
Условно-патогенные энтеробактерии и неферментирующие грамотрицательные палочки	не более 10^3 не более $10^3 - 10^4$

По информации, представленной в данной таблице, видно, что наиболее многочисленным видом микроорганизмов в кишечнике человека являются бифидобактерии.

Бифидобактерии – это апатогенные микробы, они не способны вызывать заболевание. Более того, они, можно сказать, сотрудничают с организмом, участвуя в белковом, жировом и минеральном обмене, в выработке витаминов и ферментов [3]. В связи с чем было принято решение проводить исследование именно этого штамма микроорганизмов.

Изменение количественного соотношения и видового состава нормальной микрофлоры кишечника, сопровождающееся развитием нетипичных для него микробов, называют дисбактериозом [4]. Дисбактериоз кишечника это состояние, при котором количество полезных бактерий уменьшается, а «нейтральных» и «нехороших» – увеличивается. Довольно часто эти изменения носят временный характер: полезные микроорганизмы сами восстанавливают равновесие. Если по каким-то причинам

этого не происходит, восстанавливать микрофлору приходится с помощью определенных лекарственных препаратов. Дисбактериоз кишечника может вызвать различные заболевания и патологические состояния. В связи с этим становится понятной важность лечения и профилактики этого расстройства. А одной из главных причин возникновения дисбактериоза является неправильное питание.

Получается, потребитель находится в прямой зависимости от знания того, что он употребляет в пищу и каким образом поддерживает свое здоровье, как сказал Поль Брэгг: мы - это то, что мы едим [5].

Первоначальной целью исследования является установление влияния пищевых добавок на микрофлору желудочно-кишечного тракта. Для этого необходимо было решить ряд задач:

- изучение учебной, научной и периодической литературы, рассмотрение культуральных свойств бифидобактерий;
- изучение свойств и возможных колебаний кислотности желудочно-кишечного тракта;
- исследование особенностей роста бифидобактерий при различных показателях кислотности среды;
- исследование влияния пищевых добавок на рост бифидобактерий.

Наше внимание привлекли такие пищевые добавки, как глутамат натрия и гуаровая камедь, в связи с их повсеместным использованием.

Глутамат натрия или соль глутаминовой кислоты – пищевая добавка и усилитель вкуса. Использовать глутамат натрия как приправу начали японцы много веков назад, получая его соль из морских водорослей. В настоящее время изготавливается химически, а объем производства составляет больше 200 тысяч тонн в год. На упаковках продуктов может обозначаться как «усилитель вкуса», «вкусоароматическая добавка», E 621, E 627 или E 631. С помощью глутамата можно маскировать оригинальный вкус продукта, а так же делать его намного вкуснее – при попадании на язык этот усилитель вкуса многократно усиливает чувствительность рецепторов, делая пищу намного вкуснее. Даже простой раствор соли, глутамата натрия и воды дает нечто, похожее по вкусу и запаху на мясной бульон, а если туда добавить побольше разных специй, костного порошка, сушеных овощей и муки, то получится блюдо гурмана [6]. Вред глутамата натрия заключается в том, что во-первых, глутамат натрия сильно возбуждает аппетит и заставляет съесть намного больше, чем необходимо. Во-вторых, он вызывает привыкание, и после него обычная пища кажется слишком пресной и безвкусной. Но самая главная опасность глутамата состоит в том, что с его помощью можно замаскировать вкус продукта, который вы никогда бы не стали есть – как подпорченного или уже тухлого, так и откровенно химического и безвкусного [7].

Используется глутамат натрия практически во всех пищевых продуктах, например, в продуктах быстрого приготовления, приправах, соках, сладостях, полуфабрикатах с мясным, рыбным или грибным вкусом, а некоторые бульонные кубики даже состоят на четверть из него. Кроме того, глутамат активно используется в сфере быстрого питания. Важно отметить, что во многих ресторанах так же могут его использовать как в чистом виде, так и в виде соевого соуса, который содержит очень много глутамата натрия.

Гуаровая камедь, камедь гуара (E 412 или гуаран) - вещество, используемое в пищевой промышленности как стабилизатор-загуститель или вещество-структуратор (придаёт водной фазе вязкую длинную текстуру). Гуаровая камедь замедляет кристаллизацию льда в замороженных продуктах, благодаря чему часто применяется при изготовлении мороженого и охлажденных кондитерских изделий. В качестве стабилизатора широко применяется в мясной промышленности, также используется в производстве таких продуктов как: майонезы, йогурты, десерты, соки, кондитерские изделия и многих других. Считается, что она практически не всасывается в кишечнике и способствует уменьшению аппетита и очень эффективно снижает уровень холестерина и насыщенных жиров в организме. Гуаровую камедь (или гуаран) получают путём экстракции из семян растения *C tetragonoloba*. Химическое строение камеди гуара сходно со строением камеди рожкового дерева (E 410). Это полимерное соединение из более чем 10000 остатков галактозы. Высокий уровень замещения галактозы обуславливает жесткость полимера (что повышает его эластичность) [8]. Камедь гуара является экономически выгодным стабилизатором и уплотнителем. Камедь быстро гидратируется в холодной воде и создаёт вязкий псевдопластичный раствор с низкой прочностью на разрыв, которая, впрочем, больше, чем у камеди рожкового дерева (E 410). Камедь гуара более растворима, чем камедь рожкового дерева, и по сравнению с ней – лучший эмульгатор. При этом камедь гуара проявляет достаточно хорошую стойкость в процессах замораживания-оттаивания. В соединении с камедью ксантана проявляет синергизм. Используется как улучшитель в хлебопекарном производстве, как стабилизатор для сыров, замороженных десертов и других молочных продуктов, джемов и желе, соков, пищевых концентратов, сиропов и топпингов, как фиксирующий агент для жиров и масел, как уплотнитель для соусов и даже как связующий агент при производстве кормов для домашних животных. Кроме того, камедь гуара применяется в техническом производстве.

Проведенные исследования позволили определить влияние вышеописанных пищевых добавок на бифидобактерии.

Для объективного исследования нами было принято решение произвести посевы бифидобактерий на среды с различными показателями рН. Так как кислотность толстого кишечника человека зависит от возраста, перенесенных им заболеваний и особенностей его образа жизни и питания. В результате, микрофлора толстого кишечника у каждого человека различна [9]. Эта разница может выражаться как в количественной обсемененности бактериями, так и в незначительном различии его видового состава. Поэтому произвели посев бифидобактерий, препарата «Бифидумбактерин», на ряд сред с различными показателями рН (рН=8; рН=7, рН=6).

Получены следующие результаты:

1. На питательной среде ГТ1 (рН=8) рост бифидобактерий представляет умеренный темно-коричневый хлопьевидный осадок. При окраске по Грамму данной культуры, мы увидели рост бифидобактерий, представленный грамположительными изогнутыми палочками.

2. На питательной среде ГТ1 (рН=7) рост бифидобактерий представляет характерный, равномерный по всей среде, ярко-выраженный мутный осадок, белесоватого цвета. При окраске по Грамму данной культуры мы увидели характерный для бифидобактерий рост. Культура была представлена грамположительными изогнутыми палочками.

3. На питательной среде ГТ1 (рН=6) роста не наблюдалось вообще.

Далее в пробирки с выросшими культурами бифидобактерий были добавлены пищевых добавок глутамата натрия и гуаровой камеди в количестве регламентированном нормативными документами [10]. После добавления пищевых добавок, бактерии культивировались еще одни сутки, а затем был проведен анализ получившихся результатов.

1. На питательной среде ГТ1 (рН=8) с добавлением гуаровой камеди рост бифидобактерий изменился. Осадок увеличился в несколько раз и приобрел характерный белесоватый оттенок. При окраске по Грамму данной культуры мы отметили увеличение количества бактериальных клеток, представленных грамположительными изогнутыми палочками.

2. На питательной среде ГТ1 (рН=8) с добавлением глутамата натрия рост бифидобактерий изменился не значительно. Осадок умеренный хлопьевидный темно-коричневого цвета, с уменьшившимися в размере хлопьями. При окраске по Грамму данной культуры мы отметили уменьшение количества бактериальных клеток, представленных грамположительными изогнутыми палочками.

3. Питательная среда ГТ1 (рН=7) после добавления гуаровой камеди приобрела желейную однородную консистенцию. Осадок увеличился, из-за чего среда приобрела непрозрачный белесоватый оттенок. При окраске по Грамму данной культуры мы отметили увеличение количества бактериальных клеток, представленных грамположительными изогнутыми палочками.

4. На питательной среде ГТ1 (рН=7) с добавлением глутамата натрия рост бифидобактерий изменился не значительно. Осадок умеренный хлопьевидный, белесого цвета, с просветлением среды в пробирке. При окраске по Грамму данной культуры мы отметили уменьшение количества бактериальных клеток, представленных грамположительными изогнутыми палочками.

Таким образом, было установлено отрицательное влияние синтезированной пищевой добавки глутамата натрия на микрофлору ЖКТ и организм человека в целом; установлено положительное влияние пищевой добавки гуаровой камеди на ЖКТ и организм человека в целом. Исследуя влияние кислотности среды на рост бифидобактерий, был получен следующий результат: при рН среды, равной 7, установлен нормальный рост бифидобактерий, при рН среды, равной 8, установлено снижение роста бифидобактерий, а при рН среды, равной 6, роста бифидобактерий не установлено.

При добавлении пищевой добавки глутамата натрия в питательную среду ГТ1 с разными показателями рН, было отмечено уменьшение роста бифидобактерий. При добавлении пищевой добавки гуаровой камеди в питательную среду ГТ1 с разными показателями рН было отмечено увеличение роста бифидобактерий.

На основании полученных результатов исследования пищевых добавок можно с уверенностью говорить о негативном влиянии глутамата натрия на организм человека. Поэтому следующей целью исследований является подбор натурального сырья, которое может быть использовано в качестве пищевых добавок для создания полезных продуктов питания, обладающих более привлекательными потребительскими свойствами.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Петрухина А. Из чего мы состоим? Из того, что мы едим... // Наука и жизнь. –2009. – № 1 – С. 26-29.
- 2 Овсянников Д.Ю. Дисбактериоз кишечника у детей: этиология, клиническое значение, диагностические критерии, современные методы коррекции – //Педиатрия. – 2011. – С. 10-19.
- 3 Земляков В. Л. Дисбактериоз кишечника - миф, синдром или болезнь.
- 4 Ефимов Б.А., Смянов В.В. Нормальная микрофлора кишечника, дисбактериозы и их лечение. - М.: Методические разработки, 1994.

- 5 Петухов А. Пищевые добавки - полезные, вкусные и запрещенные //Российская газета. – 2010. – 4 окт. (№ 36).
- 6 Штейнберг А.И. Добавки к пищевым продуктам (Гигиенические требования и нормирование). – М.: Медицина, 1969. – 95 с.
- 7 Росивал Л. Посторонние вещества и пищевые добавки в продуктах. – М.: Лег. и пищ. пром., – 1982. – 264 с.
- 8 Оценка некоторых пищевых добавок и контаминантов. 37 докладов объединенных экспертов ФАО/ВОЗ по пищевым добавкам, Женева. – М.: Медицина, 1974. – 48 с.
- 9 Чуркин И.А. Применение прицельной эндоскопической рН-метрии для оценки функционального состояния слизистой прямой и сигмовидной ободочной кишки: автореф. дисс. ... канд.мат.наук. – Томск: АГМУ, 2002.
- 10 СанПиН 2.3.2.1293-03 Гигиенические требования по применению пищевых добавок.

REFERENCES

- 1 Petruhina A. Iz chego my sostoim? Iz togo, chto my edim... // Nauka i zhizn'. –2009. – № 1 –S. 26-29.
- 2 Ovsyannikov D.Yu. Disbakterioz kishchnika u detey: yetiologiya, klinicheskoe znachenie, diagnosticheskie kriterii, sovremennyye metody korrektsii – //Pediatriya. – 2011. – S. 10-19.
- 3 Zemlyakov V. L. Disbakterioz kishchnika - mif, sindrom ili bolezni'.
- 4 Efimov B.A., Smeyanov V.V. Normal'naya mikroflora kishchnika, disbakteriozy i ih lechenie. - M.: Metodicheskie razrabotki, 1994.
- 5 Petuhov A. Pishhevyye dobavki - poleznyye, vkusnyye i zapreshhennyye //Rossiyskaya gazeta. – 2010. – 4 okt. (№ 36).
- 6 Shteynberg A.I. Dobavki k pishhevym produktam (Gigienicheskie trebovaniya i normirovaniye). – M.: Medicina, 1969. – 95 s.
- 7 Rosival L. Postoronnie veshchestva i pishhevyye dobavki v produktah. – M.: Leg. i pishh. prom., – 1982. – 264 s.
- 8 Ocenka nekotorykh pishhevyykh dobavok i kontaminantov. 37 dokladov ob#edinennykh yekspertov FAO/VOZ po pishhevym dobavkam, Zheneva. – M.: Medicina, 1974. – 48 s.
- 9 Churkin I.A. Primeneniye price'l'noy yendoskopicheskoy rN-metrii dlya ocenki funktsional'nogo sostoyaniya slizistoy pryamoy i sigmovidnoy obodochnoy kishki: avtoref. diss. ... kand.mat.nauk. – Tomsk: AGMU, 2002.
- 10 SanPiN 2.3.2.1293-03 Gigienicheskie trebovaniya po primeneniyu pishhevyykh dobavok.

ТҮЙІН

*Д.С. Свидерская, техника ғылымдарының кандидаты,
К.С. Клочкова
Инновациялық Еуразия университеті (Павлодар қ.)*

Адамның ішек микрофлорасына химиялық азықтық қоспалардың әсері

Бұл мақалада натрий глютаматы және гуарлық камедь сияқты химиялық азықтық қоспалардың адамның асқазан-ішек жолдарының микрофлорасына әсері қарастырылған және жүргізілген зерттеулердің нәтижелері ұсынылған.

Түйін сөздер: асқазан-ішек жолдарының микрофлорасы, бифидобактериялар, химиялық азықтық қоспалар, натрий глютаматы, гуарлық камедь.

RESUME

*D.S. Sviderskaya, Candidate of Engineering Sciences,
K.S. Klochkova
Innovative University of Eurasia (Pavlodar)*

Influence of chemical food additives on human intestinal microflora

This article views influence of chemical food additives such as monosodium glutamate and guar gum on the microflora of the gastrointestinal tract of humans and the results of the studies.

Keywords: microflora of the gastrointestinal tract, bifidobacteria, chemical food additives, sodium glutamate, guar gum.

УДК 511

И.А. Степьюк,

Д.И. Исмоилов, доктор физико-математических наук
Инновационный Евразийский университет (г. Павлодар)

E-mail: step-ilia@mail.ru

Об одной системе степенных уравнений

Аннотация. В данной статье рассмотрено решение одной системы степенных уравнений и показано, как с помощью неравенства о среднем арифметическом и среднем геометрическом получить оценки $\sqrt{2}$ и $\sqrt[3]{2}$.

Ключевые слова: система степенных уравнений, среднее значение, квадратное уравнение, неравенство о среднем арифметическом и среднем геометрическом.

I. Нахождение любой иррациональности – это очень сложная задача, связанная с теорией приближенности. Уточнение известных значений имеет прямое практическое применение.

Рассмотрим систему вида:

$$\begin{cases} x^3 + x - 3\sqrt{2} = 0 \\ x^5 + x - 5\sqrt{2} = 0 \\ x^7 + x - 9\sqrt{2} = 0 \\ \dots \\ x^{2k+1} + x - (k+1)\sqrt{2} = 0 \end{cases} \quad (1)$$

Данная система не имеет решения в натуральных числах. Чтобы решить её, рассмотрим многочлены, связанные с нахождением целых корней. Для этого, положим $x = -\sqrt{2}y$. Получим:

$$\begin{cases} -\sqrt{2}^3 y^3 - \sqrt{2}y - 3\sqrt{2} = 0 \\ -\sqrt{2}^5 y^5 - \sqrt{2}y - 5\sqrt{2} = 0 \\ -\sqrt{2}^7 y^7 - \sqrt{2}y - 9\sqrt{2} = 0 \\ \dots \\ -\sqrt{2}^{2k+1} y^{2k+1} - \sqrt{2}y - (k+1)\sqrt{2} = 0 \end{cases}$$

Разделим все на $-\sqrt{2}$:

$$\begin{cases} 2y^3 + y - 3 = 0 \\ 4y^5 + y - 5 = 0 \\ 8y^7 + y - 9 = 0 \\ \dots \\ 2^k y^{2k+1} + y - (k+1) = 0 \end{cases}$$

Эта система имеет одно общее решение:

$$2^k y^{2k+1} + y - (k+1) = 0 \quad (2)$$

Для решения этого уравнения нужно рассмотреть все делители числа $(k+1)$ (см.[1]). Делителями $(k+1)$ являются $\pm 1, \pm (k+1)$, но могут быть и другие. Разделим уравнение (2) на $(k+1)$, получим:

$$(k+1) \left(2^k y^{2k} - y^{2k-1} + y^{2k-2} - \dots + y^2 - y \right) - (k+1) = 0$$

Решим полученное уравнение по частям:

$$1) 2^k (2^k y^{2k} - y^{2k-1} + y^{2k-2} - \dots + y^2 - y) - (k+1) = 0$$

Поскольку $(k+1)$ не делится на 2^k без остатка, то это уравнение не имеет решения в целых числах [2].

$$2) (k+1) = 0, y = -1. \text{ Получили единственный корень уравнения (2).}$$

Поскольку $x = -\sqrt{2}y$, то подставляя значение $y = -1$, получим единственное решение системы (1):

$$x = \sqrt{2}.$$

II. $\sqrt{2}$ играет ведущую роль при решении системы степенных уравнений. Остановимся на простой оценке $\sqrt{2}$. С помощью метода, предложенного профессором Д.И. Исмоиловым, покажем, что без использования глубоких теорий можно вычислить значение $\sqrt{2}$ с точностью до пяти знаков.

Рассмотрим неравенство о среднем арифметическом и среднем геометрическом [3]:

$$\sqrt{UV} \leq \frac{U+V}{2}, \text{ где } U \geq 0 \text{ и } V \geq 0.$$

Представим это неравенство в виде:

$$\begin{aligned} \sqrt{UV} &= \sqrt{\frac{U}{q} \cdot qV} \geq \frac{\frac{U}{q} + qV}{2} = \frac{U + q^2V}{2q} \leq \frac{U+V}{2}, \\ \sqrt{UV} &\leq \frac{U + q^2V}{2q} \end{aligned}$$

В дальнейшем будем рассматривать равенство:

$$\sqrt{UV} = \frac{U + q^2V}{2q} \quad (3)$$

Неравенство:

$$\frac{U + q^2V}{2q} \leq \frac{U+V}{2},$$

путем преобразования, представим в виде:

$$Vq^2 - (U+V)q + U \leq 0$$

и рассмотрим соответствующее квадратное уравнение:

$$Vq^2 - (U+V)q + U = 0 \quad (4)$$

Решим его через дискриминант:

$$D = (U+V)^2 - 4UV = U^2 + 2UV + V^2 - 4UV = U^2 - 2UV + V^2 = (U-V)^2$$

$$q_1 = \frac{(U+V) \pm (U-V)}{2V} = \frac{2U}{2V} = \frac{U}{V}$$

$$q_2 = \frac{(U+V) \mp (U-V)}{2V} = \frac{2V}{2V} = 1.$$

Графиком данного квадратного уравнения является парабола с центром в точке:

$$q_0 = \frac{\frac{U}{V} + 1}{2} = \frac{U+V}{2V}.$$

Поскольку можно полагать $U < V$ и $U > V$, то получим две параболы.

Представим $\sqrt{2}$ в виде $\sqrt{1 \cdot 2}$, где $U = 1$, $V = 2$. Парабола пересекает ось OX в точке $\left(\frac{1}{2}; 0\right)$

и $(0; 0)$.

Возьмем $q \in \left(\frac{1}{2}; 1\right)$, например:

$$q = \frac{3}{4}. \quad (5)$$

Подставим его в (3):

$$\sqrt{1 \cdot 2} = \frac{1 + \frac{9}{16} \cdot 2}{2 \cdot \frac{3}{4}} = \frac{1 + \frac{18}{16}}{\frac{6}{4}} = \frac{17}{12} = 1,41(6)$$

Получили значение $\sqrt{2}$ с точностью до двух знаков.
Интересно, что, если взять:

$$q = \frac{2}{3}, \quad (6)$$

то получим такой же результат:

$$\sqrt{1 \cdot 2} = \frac{1 + \frac{4}{9} \cdot 2}{2 \cdot \frac{2}{3}} = \frac{1 + \frac{8}{9}}{\frac{4}{3}} = \frac{17}{12} = 1,41(6).$$

Возьмем среднее арифметическое (5) и (6):

$$q_{cp} = \frac{\frac{2}{3} + \frac{3}{4}}{2} = \frac{17}{24}.$$

И полученное значение подставим в (3):

$$\sqrt{1 \cdot 2} = \frac{1 + \left(\frac{17}{24}\right)^2 \cdot 2}{2 \cdot \frac{17}{24}} = \frac{7 \cdot 17 + 4 \cdot 12}{4 \cdot 12 \cdot \frac{17}{12}} = \frac{577}{408} = 1,4142157$$

$$\sqrt{1 \cdot 2} = 1,4142157$$

Если сравнить полученное значение со значением, которое дает калькулятор $\sqrt{2} = 1,414213562$, то получим значение $\sqrt{2}$ с точностью до пяти знаков.

Теперь получим значение $\sqrt[3]{2}$. Воспользуемся неравенством о среднем арифметическом и среднем геометрическом:

$$\sqrt[3]{UVW} = \sqrt[3]{\frac{U}{q} \cdot V \cdot W} \leq \frac{\frac{U}{q} + qV + W}{3} = \frac{U + q^2V + qW}{3q} \leq \frac{U + V + W}{3},$$

$$\sqrt[3]{UVW} \leq \frac{U + q^2V + qW}{3q}$$

$$\sqrt[3]{UVW} = \frac{U + q^2V + qW}{3q} \quad (7)$$

Интересно, что преобразовав:

$$\frac{U + q^2V + qW}{3q} \leq \frac{U + V + W}{3},$$

получим неравенство:

$$Vq^2 - (U + V)q + U \leq 0$$

Следовательно, решение сводится к квадратному уравнению (4).

Представим $\sqrt[3]{2}$ в виде $\sqrt[3]{1 \cdot 2 \cdot 1}$, где $U = 1$, $V = 2$, $W = 1$, и возьмем $q \in \left(\frac{1}{2}; 1\right)$:

$$q = \frac{3}{4}. \quad (8)$$

Это значение подставим в (7):

$$\sqrt[3]{1 \cdot 2 \cdot 1} = \frac{1 + \frac{9}{16} \cdot 2 + \frac{3}{4} \cdot 1}{3 \cdot \frac{3}{4}} = \frac{1 + \frac{18}{16} + \frac{3}{4}}{\frac{9}{4}} = \frac{23}{18} = 1,2(7)$$

Теперь представим $\sqrt[3]{2}$ в виде $\sqrt[3]{2 \cdot 1 \cdot 1}$, где $U = 2$, $V = 1$, $W = 1$ и возьмем $q \in (1; 2)$:

$$q = \frac{3}{2} \quad (9)$$

Подставим в (7):

$$\sqrt[3]{2 \cdot 1 \cdot 1} = \frac{2 + \frac{9}{4} \cdot 1 + \frac{3}{2} \cdot 1}{3 \cdot \frac{3}{2}} = \frac{2 + \frac{9}{4} + \frac{6}{4}}{\frac{9}{2}} = \frac{23}{18} = 1,2(7).$$

Возьмем среднее арифметическое (8) и (9):

$$q_{cp} = \frac{\frac{2}{3} + \frac{3}{2}}{2} = \frac{17}{12}.$$

И полученное значение подставим в (7):

$$\sqrt[3]{2 \cdot 1 \cdot 1} = \frac{2 + \left(\frac{17}{12}\right)^2 \cdot 1 + \frac{17}{12} \cdot 1}{3 \cdot \frac{17}{12}} = \frac{2 + \frac{289}{144} + \frac{17}{12}}{\frac{51}{12}} = \frac{781}{612} = 1,276143791$$

$$\sqrt[3]{2 \cdot 1 \cdot 1} = 1,27614379.$$

Полученная оценка лучше, чем $\sqrt[3]{2 \cdot 1 \cdot 1} = 1,2(7)$.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Виноградов И.И. Основы теории чисел. – СПб: Лань, 2006. – 176 с.
- 2 Курош А.Г. Курс высшей алгебры. – М.: Наука, 1968. – 431 с.
- 3 Беккенбах Э., Беллман Р. Неравенства. – М.: Мир, 1965. – 276 с.

REFERENCES

- 1 Vinogradov I.I. Osnovy teorii chisel. – SPb: Lan', 2006. – 176 s.
- 2 Kurosh A.G. Kurs vysshey algebrы. – M.: Nauka, 1968. – 431 s.
- 3 Bekkenbah Ye., Bellman R. Neravenstva. – M.: Mir, 1965. – 276 s.

ТҮЙІН

И.А. Степьюк,

*Д.И. Исмоилов, физика-математика ғылымдарының докторы
Инновациялық Еуразия университеті (Павлодар қ.)*

Дәрежелік теңдеулердің бір жүйесі туралы

Осы мақалада дәрежелік теңдеулер жүйесінің шешімі қарастырылып, орта арифметикалық және орта геометриялық туралы теңсіздіктердің көмегімен $\sqrt{2}$ мен $\sqrt[3]{2}$ бағалауын алу көрсетілген.

Түйін сөздер: дәрежелік теңдеулер жүйесі, орташа мәні, квадраттық теңдеу, арифметикалық және геометриялық орталарға байланысты теңсіздіктер.

RESUME

I.A. Stepyuk,

*D.I. Ismailov, Doctor of Physico Mathematical Sciences
Innovative University of Eurasia (Pavlodar)*

About one system of polynomial equation

The article describes solution of one polynomial equation system and shows the way of obtaining such mark as $\sqrt{2}$ and $\sqrt[3]{2}$ with the help of inequation about arithmetic and geometric middling.

Keywords: *system of polynomial equation, mean observation, quadratic equation, arithmetic and geometric middling inequation.*

УДК 616.995.132.8

Ш.Ж.Турлыбаева

ОСШ с. Жана жулдыз (Железинский район, с Жана жулдыз)

E-mail: Schachzoda90@mail.ru

Современное состояние вопросов эпидемиологии и профилактики энтеробиоза

Аннотация. *В данной статье автор рассматривает один из наиболее широко распространенных гельминтозов - энтеробиоз. Актуальность данной статьи не вызывает сомнения, поскольку проблема паразитарных инвазий остаётся актуальной для общественного здравоохранения. На основании изученного материала, а также из результатов собственных исследований было установлено, что существует необходимость дальнейшего изучения распространённости энтеробиоза и поражённости им детского населения. Поэтому проблема совершенствования диагностики, лечения и профилактики гельминтозов сегодня сохраняет свою актуальность.*

Ключевые слова: *исследование, паразиты, острицы, поражённость, клинические признаки, профилактика.*

Энтеробиоз (*Enterobius vermicularis* от греч. *enteron* – кишечник, *bios* – жизнь, *vermicularis* от лат. *vermis* – червь) – самый распространенный гельминтоз не только в Казахстане, но и во многих странах мира с умеренным и холодным климатом. Гельминтозами называются болезни, вызываемые паразитическими червями, или, гельминтами. Гельминты используют в качестве среды обитания большой по размерам организм (организм-хозяин) другого биологического вида (например, человека).

Возбудителями энтеробиоза являются мелкие тонкие гельминты белого цвета, яйцекладущие, обитающие в кишечнике и называемые острицами из-за заостренного хвостового конца самки.

Дети составляют основную группу зараженных энтеробиозом – чаще всего болезнь настигает их в возрасте от 3 до 10-14 лет. Максимальная поражённость отмечается в возрасте 4-6 лет.

Возбудитель энтеробиоза весьма устойчив к воздействиям факторов окружающей среды и дезинфицирующим средствам. В окружающей среде он может находиться в жизнеспособном состоянии до 25 суток. Наиболее часто яйца остриц обнаруживают на постельных принадлежностях, игрушках, коврах, в ваннных комнатах и туалетах. Выживаемость яиц остриц в водопроводной воде колеблется от 7 дней до 21 и зависит от температуры воды и насыщенности ее кислородом. Некоторое время яйца остриц могут выживать в графинах и детских бутылочках [1].

На сегодняшний день стопроцентной защиты от энтеробиоза не существует – заболеть им может каждый ребенок, но наибольшему риску подвергаются следующие группы:

- дети, матери которых имели токсокоз второй половины беременности. Это состояние мешает полноценному развитию всех органов и систем малыша, что ослабляет его организм;

- дети, переведенные на искусственное вскармливание;

- длительно и часто болеющие дети;

- дети с недостаточным психическим развитием;

- дети из семей с низким социальным статусом.

Привычка некоторых детей брать в рот пальцы и грызть ногти также приводит к возрастанию риска заражения энтеробиозом.

Высокому уровню заболеваний способствует превышение числа детей в детских учреждениях по сравнению с существующими нормативами, несоответствие помещений гигиеническим нормам, использование одних и тех же комнат в качестве столовых, игровых и спален, нарушение санитарно-гигиенического режима.

Источником энтеробиоза является только человек. Домашние животные безопасны в отношении заражения человека энтеробиозом.

Симптомы энтеробиоза очень характерны и известны многим родителям. Основными клиническими симптомами острой фазы энтеробиоза являются боли в животе, утренний кишечный дискомфорт, тошнота, учащенный оформленный стул до 4 раз в сутки. Эти явления продолжаются до 5-

7 дней, стул остается учащенным до конца инвазии. Как правило, выражены неврологические симптомы, такие как головная боль, головокружение, снижение памяти. Чаще страдают дети, они становятся капризными, плаксивыми, быстро утомляются, плохо воспринимают полезные навыки. Неустойчивость внимания, неспособность сосредоточиться снижает успеваемость, у взрослых – трудоспособность. Живот может быть болезненным, наблюдается сухость во рту.

С диагностической точки зрения очень важен такой характерный признак энтеробиоза как зуд в области анального отверстия, который усиливается по ночам. Нередко обнаружение самих гельминтов на коже или постели. Такие признаки энтеробиоза являются 100% основой для постановки диагноза [2].

Строение и жизненный цикл возбудителя энтеробиоза

Длина самки острицы 9-12 мм, самца 2-3 мм. В зрелом состоянии острицы паразитируют в нижних отделах тонкого и в верхних отделах кишечника. На головном конце острицы имеется ротовое отверстие, окруженное тремя губами. Рот переходит в длинный пищевод, имеющий сферическое или грушевидной формы расширение – бульбус. Это образование способствует присасыванию острицы к слизистой кишечника.

Продолжительность жизни самки составляет от одного до трех с половиной месяцев. Самец обычно погибает после оплодотворения самки, после чего в ней созревают от 5 до 17 тыс. яиц. Самка с переполненной яйцами маткой не может удержаться на слизистой оболочке кишечника и спускается до прямой кишки, где и выползает из анального отверстия. Чаще всего это происходит во время сна, когда сфинктер прямой кишки ослаблен. На границе кожи и слизистой оболочки самка откладывает 1-2 тыс. яиц, а затем погибает.

Яйца остриц неразличимы на глаз, имеют продолговатую форму и покрыты оболочкой. В момент откладывания они содержат уже начавший формироваться зародыш. На теле ребенка за 4-6 часов яйца созревают, становясь разными. Утром малыш может повторно заразить сам себя в результате попадания яиц на пальцы рук при расчесывании перианальной области, а также подвергнуть опасности окружающих его людей.

Личинки, попав в тонкий кишечник, высвобождаются из яиц и развиваются в зрелых самках и самцах примерно через две недели после заражения, затем они присасываются к стенке кишечника и живут в нем.

В результате их жизнедеятельности выделяются вещества, нарушающие всасывание и переваривание пищи, снижающие кислотность желудочного сока, угнетающие выработку ферментов желудочно-кишечного тракта и изменяющие нормальный состав бактерий кишечника. Это приводит к потере массы тела, слабости, задержке роста и развития ребенка и дисбиозу. Наблюдается угнетение иммунитета из-за выделения паразитами веществ, подавляющих защитные силы ребенка. Кроме того, гельминты вызывают повышенную склонность к аллергиям [3].

Следует отметить, что при данном заболевании раскрывается ряд последствий вызываемых острицами. Существуют отдаленные последствия энтеробиоза у детей. Во-первых, это снижение иммунитета. Токсины остриц приводят к снижению выработки интерферона и лизоцима слюны. Дети после перенесенного энтеробиоза начинают чаще болеть. Острицы могут снижать выработку специфического постпрививочного иммунитета. Может страдать и нервно-психическое развитие ребенка. Он начинает отставать от сверстников, нарушается сон, появляются головные боли, раздражительность. Уровень меди, цинка и магния в крови зараженных энтеробиозом детей существенно ниже, чем у незараженных. Недостаток этих микроэлементов может отрицательно влиять на физическое и психическое развитие детей [4]. Особо следует подчеркнуть, что необходимо обратить внимание на полиморфизм клинических проявлений, причинно связанных с энтеробиозом, но характерных для самой разной органной патологии. Именно это приводит к неизбежному обращению инвазированного к врачам разных специальностей: гастроэнтерологам, акушерам-гинекологам, невропатологам, аллергологам, дерматологам, урологам, хирургам и др. И только правильная ориентация такого специалиста на необходимость исключения энтеробиозной инвазии обеспечивает квалифицированную помощь больному. Клинические проявления энтеробиоза разнообразны и зависят от интенсивности заражения, частоты реинвазий и индивидуальной реакции инвазированного. Кроме того, многочисленные наблюдения подтверждают значение возраста, более тяжелую, нередко осложненную реакцию организма ребенка.

Особое внимание в исследовании уделено осложнениям при энтеробиозе. На фоне энтеробиоза у детей часто развиваются инфекции мочевыводящих путей, у девочек может возникнуть вульвовагинит. Самым частым осложнением энтеробиоза является дисбактериоз кишечника. Взрослые особи остриц, обитая в тонком кишечнике и мигрируя в толстую кишку, выделяют продукты своей жизнедеятельности и нарушают соотношение нормальной микрофлоры. Если энтеробиоз не диагностируется вовремя, происходит вторичное инфицирование мест расчесов, что приводит к гнойным процессам на коже ягодиц и промежности. Самым грозным осложнением, которое, к счастью, встречается редко, является острый аппендицит и перитонит, который развивается при перфорации стенки кишечника острицами. Именно поэтому в данной работе значительное внимание уделяется основным подходам лечения, профилактике при энтеробиозе.

В связи с большой распространенностью и высоким риском заражения этой болезнью применяют множество антигельминтных препаратов, к которым чувствительны острицы. Это пирантел, вермокс, вормил и другие. Основным препаратом для лечения детей является пирантел. Он работает только в просвете кишечника, поэтому можно не бояться токсического действия препарата на организм. Выпускается и детский пирантел в форме суспензии. Вместе с пирантелом обычно назначаются биопрепараты для коррекции нарушенной микрофлоры кишечника. К сожалению, вопрос лечения паразитарных инвазий у детей на сегодняшний день также не решен полностью. Несмотря на наличие широкого спектра противопаразитарных препаратов, все они обладают массой побочных эффектов. Кроме того, в настоящее время отмечается тенденция к развитию толерантности многих паразитов к противопаразитарным препаратам [5].

Однако важнейшим условием эффективного лечения инвазированного человека является одновременное осуществление всего комплекса лечения, которые призваны защитить его от реинвазии. Главное – это соблюдение гигиены не только пациентом, но и его ближайшим окружением, которое находится с ним в тесном бытовом контакте. Борьба с энтеробиозом заключается в том, чтобы не только вылечить инвазированного человека, но и разорвать механизм передачи гельминта окружающим людям. Следовательно, обследованию на наличие яиц остриц подлежат все контактные люди. При выявлении очага инвазии, все заражённые лица проходят курс дегельминтизации. Особую значимость проблема профилактики энтеробиоза приобретают социально-гигиенические условия, в которых воспитывается ребенок. На здоровье детей оказывают влияние образовательный уровень родителей, материальный достаток, состав семьи, посещение детского учреждения и жилищные условия. На заболеваемость детей влияют также их масса при рождении, патология периода новорожденности, отягощенный акушерский анамнез матери, течение беременности, родов и ряд других факторов, связанных с особенностями образа жизни и здоровья матери. Несмотря на то, что факторы риска энтеробиоза в основном известны, комплексное влияние и участие в развитии этого заболевания у детей многочисленных внешнесредовых и других типов воздействий практически не изучено. Кроме того, изучение значимости этих факторов без сравнения с условиями жизни здоровых детей может дать неадекватные результаты.

Для профилактики заражения энтеробиозом в семье были выявлены и раскрыты основные правила. Внимание: эти же правила необходимо соблюдать и в период лечения от энтеробиоза.

1) Прививайте детям навыки личной гигиены. Отучайте детей от привычки брать в рот пальцы и игрушки.

2) Часто мойте руки с мылом, намыливайте их два раза и делайте это как можно чаще.

3) Коротко стригите ногти.

4) Утром и вечером тщательно подмывайте ребенка.

5) Ежедневно меняйте или стирайте нательное белье малыша.

6) Часто меняйте постельное белье (обязательно аккуратно снимая его с постели без излишнего встряхивания в помещении), стирайте белье при температуре не ниже 60 °С, проглаживайте горячим утюгом.

7) Проводите регулярную влажную уборку помещений с частой сменой воды или полосканием тряпок для мытья полов под проточной водой. Применяйте при уборке активные моющие вещества (моющие порошки, соду, горчицу), которые эффективно удаляют яйца гельминтов. Поскольку эти яйца покрыты липким жироподобным веществом, прочно фиксирующим их на любой поверхности, обойтись в процессе уборки без этих средств практически невозможно. Ковры чистите пылесосом или выбивайте. Губительное воздействие на яйца остриц оказывает выдерживание постельных принадлежностей и мягких игрушек на улице на морозе или летом на ярком солнце в течение 2-3 часов.

8) Мойте или обрабатывайте пылесосом детские игрушки.

9) В рацион питания ребенка должны входить морковь, земляника, гранатовый сок, грецкие орехи, чай из зверобоя, которые способствуют очищению организма от гельминтов.

10) Ребенок должен иметь отдельную постель и свое полотенце.

Итак, энтеробиоз, несмотря на свою кажущуюся легкость, является заболеванием, которое может привести к серьезным последствиям. Он требует своевременного выявления и правильного лечения. Главную роль в избавлении от энтеробиоза занимает профилактика. Соблюдение правил личной гигиены важно и в профилактике заражения этим заболеванием. Важным методом профилактики также является разъяснение родителям дошкольников важности выполнения методов личной гигиены, объяснение механизма заражения и распространения паразитов. В целом, если обобщить данную информацию, то можно сделать вывод, что уровень инвазированности людей гельминтами следует рассматривать как главный показатель санитарного состояния окружающей среды и информационного просвещения населения в области гигиены. Очень важно своевременно воспитать у ребенка потребность в гигиеническом поведении, чтобы он сам желал проводить эти процедуры, а не его принуждали. В конечном счете, это будет способствовать профилактике не только энтеробиоза, но и других заболеваний [6].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Генис Д.Е. Медицинская паразитология. – Москва, 1985. – 303 с.
- 2 Астафьев Б.А. Очерки об общей патологии гельминтозов человека. – М.: Медицина, 1975. – 287 с.
- 3 Козлова С.С., Лобзина Ю.В. Руководство и атлас по паразитарным болезням человека. - СПб: «ТЕССА», 2005.
- 4 Березенцев Ю.А., Автушенко Е.Г. Гельминтологическая капрологическая диагностика. – Л.: Медицина, Ленинградское отделение, 1976. – 188 с.
- 5 Богоявленский Ю.К. Нематоды и антигельминтные средства. – М.: Медицина, 1994. – 251 с.
- 6 Гуджабадзе Г.Ш. Профилактика глистных заболеваний. – М.: Медицина, 1969. - 24 с.

REFERENCES

- 1 Genis D.E. Medizinscaya parazitologiya. – Moscv, 1985. – 303 s.
- 2 Astafiev B.A. Ocherki ob obschei patologii gelmintozov cheloveca. – M.: Medezina, 1975. – 287 s.
- 3 Kozlova S.S., Lobzina Y.V. Rukovodstvo i atlas po parazitarnym bolezhyim cheloveka. – SPb.: «ТЕССА», 2005.
- 4 Berезensev Y.A., Avtuschenko E.G. Gel'mintologicheskay kaprologicheskay diagnostika. – L.: Medezina, Leningradskoe otделение, 1976. – 188 s.
- 5 Bogoyvlenskii Y.K. Nematody i antigel'mintnye sredstva. – M.: Medezina, 1994. – 251 s.
- 6 Gudyabadze G.Sch. Profilaktika glistnykh zabolevanii. – M.: Medezina, 1969. – 24 s.

ТҮЙІН

Ш.Ж. Турлыбаева

Жаңа жұлдыз ЖОБМ (Железин ауданы, Жаңа жұлдыз ауылы)

Энтеробиоз эпидемиологиясы мен профилактикасы мәселелерінің қазіргі жағдайы

Бұл мақалада автор ең көп таралған гельминтоздардың бірі — энтеробиозды қарастырады. Паразитарлық инвазиялар проблемасы қоғамдық денсаулық сақтау үшін көкейкесті болып қалатындықтан, осы мақаланың өзектілігі сөзсіз болып табылады. Зерделенген материалдар негізінде, сонымен қатар жүргізілген зерттеулер нәтижесінде энтеробиоздың таралуын және онымен балалардың ауыруын ары қарай зерделеу қажет екендігі анықталды. Сондықтан гельминтоздарды диагностикалау, емдеу және алдын алуды жетілдіру проблемасы бүгінде өзінің өзектілігін жоғалтпаған.

Түйін сөздер: зерттеу, паразиттер, үшкір құрттар, зақымдалушылық, клиникалық белгілер, алдын алу.

RESUME

Sh. Zh. Turlybayeva

Village Zhana Zhuldyz (Zhelezinka district, village Zhana Zhuldyz)

Current state os issues of epidemiology and enterbiosis prevention techniques

In this article the author examines one of the most widespread helminthiasis such as enterobiosis. The relevance of this article is of no doubt because the problem of parasitic infestations remain relevant to public health. On the basis of studied material as well as the results of their own research it was found that there is a need for further studies prevalence of enterobiosis and infestation of child population. Therefore, the problem of improvement diagnosis, treatment and prevention of helminthiasis remains relevant today.

Key words: *study, parasites, pinworms, infestation, clinical signs, prevention.*

Филологические науки

УДК 81`272:81`276

А.С. Бакаюва

Инновационный Евразийский университет (г. Павлодар)

E-mail: azeka_90@mail.ru

Некоторые аспекты объективации понятийных признаков концепта «труд»

***Аннотация.** В статье рассмотрены некоторые аспекты объективации понятийных признаков концепта «труд» (на материале русского и английского языков). Признаки выявляются на основе лексикографического и социолингвистического анализа языковых единиц рассматриваемых языков. Фактический материал позволяет определить языковые средства объективации понятийных признаков, а также степень их актуальности для носителей современного русского и английского языков.*

***Ключевые слова:** лингвокультурология, лингвоконцептология, социолингвокультурный концепт «труд», фразеологическая единица.*

На современном этапе развития лингвистической науки становится очевидной ограниченность рассмотрения языка лишь как средства общения. Другой подход к языку заключается в изучении его, прежде всего, как неотъемлемого компонента культуры этноса. Лингвисты уделяют все большее внимание тесной и неразрывной связи языка с мышлением, сознанием, деятельностью и социальными отношениями людей. Именно понимание того факта, что «нельзя адекватно изучить язык вне человека говорящего» [1, с. 49] без обращения к его внутреннему миру, привело к изменению лингвистической парадигмы в целом.

Именно лингвокультурология отвечает на вопросы о способах кодирования культуры языком, а так же о передаче различной культурной информации определенными языковыми средствами [2, с. 76].

На сегодняшний день активно развивается лингвоконцептология. Это научная дисциплина, занимающаяся культурными концептами, опредмеченными в языке. Язык с одной стороны является «входом» в сознание этнокультурной общности и, с другой, способом формирования этого сознания. «Мы можем добраться до мысли только через слова (никто еще пока не изобрел другого способа)» [3, с. 293].

Одна лексическая единица может выразить различные значения в разных языках. Эти значения формируются в глубине каждой культуры. Каждый язык содержит так называемые ключевые слова или понятия. Концепция является общей идеей или понятием, что соответствует некоторому классу предметов и который состоит из существенных признаков класса [4, с. 134]. Набор понятий образует понятие сферы. Анализ концептуальной сферы разных культур может помочь выявить особенности развития национального самосознания конкретного народа.

Каждый человек пронизан культурой, а также проникаем для нее. Если вообразить это состояние, то это нечто определенное и структурированное, осуществляющее в виде ментальных образований, то есть концептов. Иными словами концепт – это ступки культурной среды в сознании человека [5, с. 44].

Мы можем сказать, что концепт – это то, в виде чего культура входит в ментальный мир человека, а также то, посредством чего человек сам входит в культуру и влияет на нее.

В научной практике существует много определений концепта, но ближе всего к нашей работе трактует его М.В. Пименова: «Концепт – это некое представление о фрагменте мира или части такого фрагмента, имеющее сложную структуру, выраженную разными группами признаков, реализуемых разнообразными языковыми способами и средствами. Концептуальный признак объективируется в закрепленной и свободной формах сочетаний соответствующих языковых единиц – репрезентантов концепта. Концепт отражает категориальные и ценностные характеристики знаний о некоторых фрагментах мира. В структуре концепта отображаются признаки, функционально значимые для соответствующей культуры. Полное описание того или иного концепта, значимого для определенной культуры, возможно только при исследовании наиболее полного набора средств его выражения» [6, с. 69].

Анализируя все значения понятия концепт, можно найти некоторые сходства: концепт определяется как дискретная, объемная в смысловом отношении единица, единица мышления или памяти, отражающая культуру народа.

Статус концепта может обрести не каждое слово. Одно из самых главных условий – слово должно быть общеупотребительным, национальным и широко используемым во фразеологических единицах.

Объектом исследования в данной работе выступает социолингвокультурный концепт «труд» в языковой картине мира русского и английского языков, а также системные характеристики данного концепта.

Целью работы является лексикографическое толкование концепта, попытка описания его системных характеристик и проведение сопоставительного анализа лингвокультурологических особенностей концепта «труд». Иными словами, охарактеризовать концепт «труд» в русском и английском языковом сознании в социолингвокультурном аспекте.

В работе используются следующие методы: концептуальный и сопоставительный метод для обобщения полученных в ходе исследования результатов.

Труд – неотъемлемая часть жизнедеятельности человека, через труд на материале русского и английского языков актуализируются человеческие ценности наиболее ярко. Это мы и попытаемся показать в нашей работе.

Лексикографическое толкование языковой единицы «труд» включает следующие позиции:

Труд

1. Целесообразная деятельность человека, направленная на создание с помощью орудий производства материальных и духовных ценностей.

2. Работа, занятие.

3. Усилие, направленное к достижению чего-н.

4. Результат деятельности, работы, произведение.

5. Привитие умений и навыков в какой-нибудь профессиональной, хозяйственной деятельности как предмет школьного преподавания [7, с. 549].

Work

1. an activity, such as a job, that a person uses physical or mental effort to do, usually for money (деятельность в виде работы, где используются психические и физические усилия, обычно за деньги),

2. the material used by someone at work, or what they produce (материал, используемый кем-то на работе, или то, что они производят) [8, с. 725]

Таким образом, посмотрев на значения, приведенные в словарях, можно сделать следующий вывод: социолингвокультурный концепт «труд» представляет собой сложное ментальное образование, в составе которого в русском языковом сознании выделяются следующие компоненты: образный – человек (или другое живое существо), напряженно выполняющий необходимые для жизни действия, обычно физические; понятийный – целенаправленная деятельность, требующая умственного или физического напряжения, направленная на производство чего-либо или на достижение результата и противопоставляемая безделью, отдыху и игре; ценностный – положительная оценка желания и отрицательная оценка нежелания трудиться, положительная оценка умения и отрицательная оценка неумения трудиться, отрицательная оценка принудительного и безрезультатного труда. Это показывают следующие примеры: Без труда не вынешь и рыбку из пруда. Пашешь – плачешь, жнешь – скачешь. За труд не бьют, а награды дают.

Таким образом, трудовая деятельность рассматривается в русской культуре как нечто обычное, повседневное, труд понимается не как заслуга или обязанность, а как обычное условие жизни. Труд для русской лингвокультурной общности стал важнейшим фактором, определяющим ее мировидение и миропонимание.

Лингвисты отмечают характерные стереотипы для английской культуры: труд – это тяжело; что плохо начато, плохо закончится; лентяи болтливы; хорошие работники немногословны.

Оценка к коннотации концепта «труд» в английском языковом сознании исключительно положительная. Это объясняется основной функцией труда – дидактической, показывающей положительную роль труда.

Труд в языковом сознании британцев обладает такими чертами, как работа, прибыль и время. Труд для англичан – это прежде всего работа: If a job is worth doing it is worth doing well (Если работу стоит делать, то стоит делать её хорошо); Rome was not built in a day (Рим был не за один день построен).

Исходя из вышесказанного, мы можем сделать следующие выводы, что, прежде всего, концепт «труд» – это нечто, что требует какого-то усилия. Проанализировав все фразеологические единицы английского языка, посредством которых вербализуется концепт «труд» в той или иной степени, мы можем сделать следующие выводы: в английском языке преобладают фразеологические единицы с положительным отношением к труду. Для англичан очень важно тщательное и систематичное выполнение работы.

В целом, можно отметить высокую степень уважения англичан к трудовой деятельности и к труженикам, которые мастерски и своевременно выполняют свою работу.

В русском мировидении труд предстает как тяжелое и изнуряющее явление, не приносящее радости или материального достатка, поэтому существовало много способов избежать работы.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что русский человек хочет достичь результатов, не прилагая к этому особых усилий. Однако во все времена ценились люди трудолюбивые, так как труд – нравственная ценность, а к лентяям соответственно всегда относились отрицательно.

В целом, русские и английские фразеологические единицы раскрывают идею о том, что труд – это то, что облагораживает человека, что является одной из составляющих его жизни. И смысл как русских, так и английских выражений с использованием данного концепта показывает именно это. Некоторые же отличия в оценке трудовой деятельности обусловлены особенностями национального характера русских и англичан. Как социальное явление труд является главной ценностью любого социума.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Телия В.Н. Первоочередные задачи и методологические проблемы исследования фразеологического состава языка в контексте культуры. Фразеология в контексте культуры. – М.: Языки русской культуры, 1999. – С. 13-24.
- 2 Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. – 2-е изд., испр. - М.: Языки русской культуры, 1999. - 895 с.
- 3 Вежбицкая А. Семантические универсалии и описание языков / Пер. с англ. А.Д. Шмелева под ред. Т.В. Булыгиной. – М.: Языки русской культуры, 1999. – 780 с.
- 4 Попова З.Д., Стернин И.А. Понятие «концепт» в лингвистических исследованиях. – Воронеж, 2000. – 134 с.
- 5 Степанов Ю.С. Константы: Словарь русской культуры. – 3-е изд. – М.: Академический проект, 2004. – С. 44.
- 6 Стернин И.А. Концепты и невербальность мышления // Филология и культура: Матер. междунар. конференции 12-14 мая 1999 г. – Тамбов: Изд-во ТГУ, 1999. – Ч.3. – С. 69-79.
- 7 Ожегов С.И. Словарь русского языка / Под.ред. Н.Ю.Шведовой. – 10-е стереотип. изд. - М.: Сов. энциклопедия, 1973. – 549 с.
- 8 Collins Cobuild English Dictionary. – London: Harper Collins Publishers Ltd, 1995. - 725 p.

REFERENCES

- 1 Teliya V.N. Pervoocherednye zadachi i metodologicheskie problemy issledovaniya frazeologicheskogo sostava yazyka v kontekste kul'tury. Frazeologiya v kontekste kul'tury. – M.: Yazyki russkoy kul'tury, 1999. – S. 13-24.
- 2 Arutyunova N.D. Yazyk i mir cheloveka. – 2-e izd., ispr. - M.: Yazyki russkoy kul'tury, 1999. - 895 s.
- 3 Vezhbickaya A. Semanticheskie universalii i opisanie yazykov / Per. s angl. A.D. Shmeleva pod red. T.V. Bulyginoy. – M.: Yazyki russkoy kul'tury, 1999. – 780 s.
- 4 Popova Z.D., Sternin I.A. Ponyatie «koncept» v lingvisticheskikh issledovaniyah. – Voronezh, 2000. – 134 s.
- 5 Stepanov Yu.S. Konstanty: Slovar' russkoy kul'tury. – 3-e izd. – M.: Akademicheskiiy proekt, 2004. – S. 44.
- 6 Sternin I.A. Koncepty i neverbal'nost' myshleniya // Filologiya i kul'tura: Mater. mezhdunar. konferencii 12-14 maya 1999 g. – Tambov: Izd-vo TGU, 1999. – Ch.Z. – S. 69-79.
- 7 Ozhegov S.I. Slovar' russkogo yazyka / Pod.red. N.Yu.Shvedovoy. – 10-e stereotip. izd. - M.: Sov. yenciklopediya, 1973. – 549 s.
- 8 Collins Cobuild English Dictionary. – London: Harper Collins Publishers Ltd, 1995. - 725 p.

ТҮЙІН

А.С. Бакауова

Инновациялық Еуразия университеті (Павлодар қ.)

«Еңбек» концептісінің ұғымдық белгілерін объектілеудің кейбір аспектілері

Мақалада «еңбек» концептісінің ұғымдық белгілерін объектілеудің кейбір аспектілері қаралған (орыс және ағылшын тілдері материалында). Белгілер қаралып отырған тілдердің тілдік бірліктерін лексикографиялық және әлеуметтік лингвистикалық талдау негізінде анықталады. Нақты материал ұғымдық белгілерді объектілеудің тілдік құралдарын, сонымен қатар қазіргі орыс және ағылшын тілдерін иеленушілер үшін олардың өзектілік дәрежесін анықтауға мүмкүндік береді.

Түйін сөздер: лингвомәдениеттану, лингвоконцептология, «еңбек» әлеуметтік лингвомәдени концептісі, фразеологиялық бірлік.

RESUME

A.S. Bakauova

Innovative University of Eurasia (Pavlodar)

Some aspects of objectification conceptual features of the concept «work»

The article discusses some aspects of objectification conceptual features of the concept "work" (based on the Russian and English languages). Some characteristics are identified on the basis of lexicographical and sociolinguistic analysis of linguistic units from considered languages. Factual material allows you to determine linguistic means of objectification of conceptual signs as well as their relevance for native speakers of modern Russian and English languages.

Key words: *cultural linguistics, linguistic conceptology, sociolinguocultural concept «work», phraseological unit.*

UDK 659.123.4

I.F. Borod, Philologiemaster

Innovative Eurasische Universität (Pawlodar)

Nationale Varietäten des Deutschen

Annotation. *In diesem Artikel werden verschiedene Varianten der deutschen Sprache betrachtet und es werden die Unterschiede und Gemeinsamkeiten im Deutschländischen Deutsch, Schweizerdeutsch, Österreichischen Deutsch untersucht.*

Stichwörter: *Varietät, Besonderheiten, Standardsprache, Regionalsprache, Unterschiede, Gemeinsamkeiten.*

Das Deutsche zählt man zu den plurizentrischen Sprachen neben vielen anderen Sprachen wie z. B. Englisch, Spanisch, Arabisch, Chinesisch und Französisch. Der Begriff „plurizentrisch“ bedeutet, dass eine Sprache mehrere nationale Zentren besitzt, in denen unterschiedliche Standardvarietäten kodifiziert sind [1].

Im Einzelnen müssen nach Rudolf Muhr folgende Kriterien sein:

- Eine Sprache kommt in mehreren souveränen Ländern vor.
- Die betreffende Sprache hat in dem jeweiligen Land eine offizielle Funktion als anerkannte Sprache, Staatssprache, Co-Staatssprache bzw. als Minderheitensprache.
- Die Sprecher und Sprecherinnen der Varietät einer plurizentrischen Sprache und die staatlichen Institutionen betrachten diese Sprache nicht als eigenständige Sprache, sondern als Teil einer Gesamtsprache.
- Die Sprache verfügt über mehrere Standardvarianten, die günstigenfalls in Wörterbüchern und Grammatiken kodifiziert wurden.
- Die jeweilige staatliche Varietät ist die geltende Norm, in Verwaltung, Gesetzgebung, Schule und in den Institutionen der verschiedenen Länder.
- Dass es sprachliche und kommunikative Unterschiede zu den anderen Varietäten gibt, hat ihren Grund in den diversen Lebensverhältnissen, in der spezifischen sozialen Realität der einzelnen Länder und der sozialen Identität ihrer Sprecher, die unter anderem über Sprache ausgedrückt wird.
- In der Regel wird die nationale Varietät in den Schulen unterrichtet und auf diese Weise systematisch weitergegeben.
- Der jeweiligen staatlichen Varietät stehen die Sprecher in der Regel loyal gegenüber.

Das Deutsche erfüllt alle diese Kriterien [2]. Allen plurizentrischen Sprachen ist gemein, dass sie über mehrere Standardvarianten und somit auch über divergierende standardsprachliche Normen verfügen. Die Gemeinsamkeiten zwischen den einzelnen Varietäten sind grösser als die Unterschiede, die im schriftlichen Bereich zwar gering, in der gesprochenen Sprache jedoch zum Teil beträchtlich hoch sind. Linguistische Unterschiede finden sich auf allen Ebenen der Sprache, der morphologischen, semantischen, pragmatischen und phonetisch-phonologischen Ebene, in geringerem Ausmaß auch auf der grammatischen Ebene.

Bei einer großräumigen Varianz innerhalb der Länder und bestimmten sozialen und politischen Gegebenheiten gibt es meistens noch eine zweite Ebene der Plurizentrität (regionale Varietäten).

Zwischen den einzelnen Standardvarietäten gibt es eine gewisse Asymmetrie, eine Varietät ist meist dominant. In der Regel verfügen die Sprecher der „unterdrückten“ Varietät über eine passive Kompetenz, die sie die dominante Varietät zumindest rezeptiv gut verstehen lässt. Umgekehrt ist das jedoch meist nicht der Fall, da die Sprecher der dominanten Varietät dazu tendieren, die anderen Formen als dialektal zu betrachten und diese irrtümlich mit den regionalen Varianten ihres Landes gleichsetzen. Die Sprecher der anderen Varietäten tendieren wieder dazu, sich an den Normen der dominierenden zu orientieren, da aus einer Unkenntnis heraus davon ausgegangen wird, dass die Formen der dominanten Varietät schöner und besser seien. Über die Normen der Standardsprache ihres Landes sind sich die Sprecher auch oft unsicher.

Das Deutsche ist die Schnittmenge dreier nationaler Varianten, die als „Allgemeindeutsch“ bezeichnet wird. Auf die einzelnen Varietäten soll im nächsten Abschnitt näher eingegangen werden.

Eine Konsequenz der Plurizentrik des Deutschen ist das Problem der Terminologie [3]. Die Einzelnen Varietäten sollten mit neutralen Begriffen besetzt werden, um die Dominanz einer Varietät zu vermeiden. Als Voraussetzung gilt, dass alle Varietäten des Deutschen, trotz unterschiedlicher Sprecheranzahl, gleichwertig sind. Muhr appelliert dafür, dass Begriffe wie „Besonderheiten des ... Deutsch“ oder „Abweichung(en)“ aus diesem Grund vermieden werden sollten. Stattdessen sollte man von „Merkmale(n) des ... Deutsch“ sowie von „Unterschieden zwischen dem ... Deutsch und dem ... Deutsch“ sprechen. Die nationalen Varietäten werden mit folgenden Begriffen bezeichnet:

- Deutsches Deutsch / Deutschländisches Deutsch / Deutschlandismen
- Schweizerdeutsch / Helvetismen
- Österreichisches Deutsch / Österreichisch / Austriazismen

Hägi bemerkt, dass die Begriffe „Teutonismen“, „Austriazismen“ und „Helvetismen“ als Termini leicht in andere Sprachen zu übertragen sind und deshalb international praktikabler wären. Die alternative Bezeichnung zu „Teutonismen“, nämlich „Deutschlandismen“, sei zwar konnotativ weniger bedenklich, doch terminologisch unzureichend befriedigend.

Unter diesen terminologischen Bezeichnungen sollten immer „Varianten der Standardsprache“ sowie auch die überregional gültig geschriebene und gesprochene Sprache des jeweiligen Landes als Ganzes verstanden werden sollten [4]. Als unmarkierte Standardsprache im engeren Sinn sollte man nur jenen Teil des Gesamtdeutschen verstehen, der für keine der drei Nationen spezifisch ist. Es ist somit gewissermaßen der Kern der Schnittmengen der drei Varianten. Die deutsche Standardsprache ist somit ein abstraktes Konstrukt – konkret realisiert ist die deutsche Standardsprache plurizentrisch.

Die Markierung der Varianten im Bereich der Wörterbücher ist ein großes und viel diskutiertes Problem, von Auflage zu Auflage kann sich auf diesem Gebiet auch einiges ändern, wie folgendes Beispiel zeigt:

Im Österreichischen Wörterbuch wurden etwa nach Ammon in der Auflage von 1990 die bundesdeutschen Varianten mit einem Sternchen versehen. Gleichzeitig wurden die so markierten Wörter mit dem Ausdruck „Binnendeutsch“ bezeichnet. Damit wertete die Redaktion das österreichische Deutsch automatisch als „Aussendeutsch“ ab. Die Sternchen-Wörter waren die einzigen Varianten, die so gekennzeichnet wurden, die Helvetismen blieben dabei völlig ausgespart. Eine vollständige Erfassung der bundesdeutschen Varianten fehlte ebenfalls, es wurden vielmehr nur jene eingeführt, die in Österreich schon bekannt waren. Ammon meint, dass das Sternchen wohl als Warnung an die Wörterbuch-Benutzer, diese Wörter unbesehen zu verwenden, dienen sollte. Ob Ammons Aufsatz und die vielen Diskussionen in den Fachaufsätzen ein Umdenken bewirkte, kann nicht gesagt werden, fest steht nur, dass die neueste Auflage des Österreichischen Wörterbuches Helvetismen enthält. Außerdem wurde die Bezeichnung „Binnendeutsch“ entfernt und die entsprechenden Belege mit „in Deutschland“ markiert.

Der Duden enthält nicht nur die Varianten eines der beiden anderen nationalen Zentren, sondern beide. Außerdem wird versucht, die Varianten möglichst vollständig zu erfassen. Dazu entsendet die Redaktion eigenen „Duden-Ausschüsse“ nach Österreich und auch in die Schweiz, die so die Austriazismen und Helvetismen möglichst vollständig zusammentragen sollen. Ein Problem bleibt allerdings auch hier bestehen: Die bundesdeutschen Wörter werden nicht als Varianten markiert. So wird der Eindruck vermittelt, dass es sich bei den bundesdeutschen Varianten um gesamtsprachliche handelt. Dem Wörterbuchbenutzer aus Österreich oder der Schweiz stellt sich zudem das Problem, die bundesdeutschen Varianten nicht als solche erkennen zu können.

Durch die Markierungspraxis der Wörterbuch-Redaktionen wird das asymmetrische Verhältnis, in dem die drei Varianten zueinander stehen, verstärkt bzw. unterstützt.

Man unterscheidet regionale Varietäten des Deutschen von Standardsprache bis Dialekte. Damit differenziert man mehrere „Dialekte“, „Regionalsprachen“ und „standardsprachliche Varietäten“, die wiederum in „regionale Standardvarietäten“ sowie „nationale Standardvarietäten“ untergliedert werden. Die Anzahl der regionalen Standards, Regionalsprachen und Dialekten ist nicht begrenzt, während es lediglich drei nationale Standards gibt. Der „Standard“ wird deutlich von den realisierbaren Varietäten abgegrenzt und ihnen als reines Konstrukt gegenübergestellt, das sich in der Realität immer durch eine nationale Standardvarietät ausdrückt. Zwischen den einzelnen Varietäten herrschen fließende Übergänge: Nicht immer kann eine Variante eindeutig einer Varietät zugeordnet werden, nicht immer kann eine Variante als eindeutig standardsprachlich bzw. nichtstandardsprachlich eingestuft werden und beinahe nie kann eine Variante nur einem der deutschsprachigen Länder zugeordnet werden oder gilt im gesamten Land [5]. Die Verhältnisse sind sehr komplex und sind bis heute nur im so genannten Variantenwörterbuch des Deutschen systematisch erfasst.

Für die deutsche Sprache, wie auch für viele plurizentrischen Sprachen ist die Asymmetrie typisch. Trotz grundsätzlich gleichrangiger Stellung der nationalen Varietäten des Deutschen stehen sie in der Praxis in einem asymmetrischen Verhältnis zueinander. Die deutschländische Varietät ist gegenüber dem österreichischem und schweizerischem Standarddeutsch dominant – aufgrund der Größe, der wirtschaftlichen Stärke und der politischen Bedeutung Deutschlands. Dies bedeutet, dass Varianten aus Deutschland in der Regel in Österreich und in der Schweiz bekannt sind, wovon man im umgekehrten Fall nicht ausgehen kann. In Österreich und in der Schweiz ist man in rezeptiver Hinsicht mit den deutschländischen Varianten relativ vertraut, da man deutsche Zeitschriften liest und deutsche Fernsehsender empfängt. Dadurch hat die Varietät Deutschlands eine größere kommunikative Reichweite, ist nicht stark regional markiert und wirkt daher neutraler. Ein Merkmal dieser Asymmetrie ist es auch, dass diese Varietät auch von österreichischer und schweizerischer Sicht als das

korrektere und mehr Prestige behaftete Deutsch eingestuft wird. Man kann nicht umhin, diese asymmetrischen Verhältnisse zu akzeptieren. Setzt man jedoch die Varietät Deutschlands mit der deutschen Standardsprache gleich, impliziert dies, dass die deutsche Sprache Österreichs und der Schweiz jeweils als Dialekt, Akzent oder einfach als nichtstandardsprachlich abqualifiziert wird. Dieser Gefahr gilt es als Experte für Deutsch als Fremdsprache präventiv entgegenzuwirken.

Es gibt im Deutschen phonetische, pragmatische, syntaktische, morphologische, orthographische und lexikalische Unterschiede. In den deutschen Varietäten sind aber die lexikalischen am zahlreichsten und auch am besten erforscht.

Rudolf Muhr unterscheidet in der Lexik drei Grundkategorien. Die bekanntesten sind die Parallelformen. Die Parallelformen teilt man in drei verschiedene Typen:

1. Echte Parallelformen

Hierbei handelt es sich um Ausdrücke, die synonym sind und dieselbe Sache bezeichnen; konnotative und stilistische Unterschiede sind aber möglich. Die echten Parallelformen sind den Sprechern der verschiedenen Varietäten meist am deutlichsten bewusst.

Es lassen sich folgende Unterkategorien unterscheiden:

- Trinationale Parallelform

In den drei Ländern existiert dieselbe Sache. Es gibt formal unterschiedliche Ausdrücke, die aber synonym sind. Es handelt sich um Austriazismen (A), Deutschlandismen (D) und Helvetismen (CH), die standardsprachlichen Charakter haben (Tabelle 1).

Tabelle 1 – Trinationale Parallelform

A	D	CH
Rauchfangkehrer	Schornsteinfeger	Kaminfeger
Familienbeihilfe	Familiengeld	Familienzulage
Mistkübel	Mülleimer	Kehrrichteimer

- Binationale Parallelformen

In jedem der drei Länder gibt es dieselbe Sache. Zwei Länder haben denselben Ausdruck dafür, eines hingegen einen spezifischen. Die Ausdrücke sind wieder synonym und es gibt zwischen jedem der drei Länder Überschneidungen (Tabelle 2).

Tabelle 2 – Binationale Parallelformen

A	D	CH
Radl	Radl	Verb
Leberkäse	Leberkäse	Fleischkäse
Karfiol	Blumenkohl	Blumenkohl

2. Sachspezifika als unechte Parallelformen

Es handelt sich hier um Gegenstände oder Einrichtungen, die es nur in einem Land gibt oder die einander bedingt ähnlich sind. Es fehlt eine direkte sprachliche Entsprechung, weil der Inhalt damit zu ungenau bezeichnet wird (Tabelle 3).

Tabelle 3 – Sachspezifika als unechte Parallelformen

A	D	CH
Trafik	Kiosk/Tabakladen	Kiosk/Tabakladen
Melange	Milchkaffee	Milchkaffee
Palatschinke	Pfannkuchen	Omlette

Sprachgebrauchsspezifika entsprechen sich inhaltlich weitgehend, nicht aber im Gebrauch. Sie sind entweder eine Haupt- oder eine Nebenform zu den anderen Varianten und machen einen weiteren Typ der unechten Parallelformen aus. Unter diese Kategorie fallen auch Varianten, die stilistische Unterschiede aufweisen [6] (Tabelle 4).

Tabelle 4 – Sprachgebrauchsspezifika

A	D	CH
Schlagobers	Sahne	Rahm
Deka	10 Gramm	10 Gramm
Paradeiser	Tomate	Tomate

In populären Lehrwerken für DaF-Lernende z.B. *Themen neu, Delfin, Schritte* werden oft Integrationskursen eingesetzt. Es wäre wünschenswert, dass die Wortschatzliste etwas variantenreicher gestaltet

werden würde. Gerade für den DaF-Unterricht wäre es wichtig, in Hinblick auf die verschiedenen Formen sensibilisiert zu werden. Eine adressatenspezifischere Umsetzung des Wortschatzes wäre hier – wie in allen anderen Lehrwerken auch – wünschenswert. In diesen Lehrwerken werden die Varianten angeführt und explizit als solche ausgewiesen. Den Wortschatzlisten im Arbeitsbuch wurden als „kleine Extra“ ein paar Belege in allen drei Varianten beigelegt. Die Bemühungen, auf diese Weise Plurizentrik ins Lehrwerk zu integrieren, sind lobenswert, vor allem wenn man sich die Menge der angeführten Belege ansieht. Es ist wirklich sehr schade, dass die Belege nicht sorgfältiger recherchiert wurden, da in diesen Lehrwerken – im Gegensatz zu vielen anderen – der Plurizentrik ein Platz eingeräumt wurde.

Sprache ist Tätigkeit und Veränderung. Für den Sprachteilnehmer zumeist unmerklich, über die Jahrhunderte in ihrer zeitlichen Ausdehnung hinweg jedoch ziemlich deutlich, lassen sich viele Veränderungen feststellen, die nur deshalb entstehen, weil Sprache in Verwendung bleibt. Die Entwicklung einer Sprache ist immer maßgeblich von den politischen, gesellschaftlichen und kulturellen Entwicklungen eines Landes abhängig. Umgekehrt beeinflussen Sprache und Denken die Art und Weise, wie die Welt strukturiert und wahrgenommen wird und daher auch, wie sich eine Nation in ihrem Selbstverständnis von anderen Kulturräumen abgrenzt. Da sich sprachliche Realität langsamer verändert als politische, lässt sich auch später noch anhand der sprachlichen Wirklichkeit viel über die geschichtliche Vergangenheit einer Region aussagen: so z. B. die Tatsache, dass Sprache und Geschichte in Österreich, der Schweiz, Deutschland enger miteinander in Verbindung stehen als z. B. das Spanische mit dem Englischen [7]. Schaut man noch weiter in die Vergangenheit, entdeckt man, dass die Geschichte der deutschen Sprache nicht nur mit der kulturellen Entwicklung in den Gebieten in Zusammenhang steht, in denen heute Deutsch gesprochen wird. Vielmehr hat man es mit einem weit verzweigten Netz von geschichtlichen Entwicklungen im gesamten Europa und sogar in Asien zu tun.

LITERATURVERZEICHNIS

- 1 Ulrich Ammon. Die deutsche Sprache in Deutschland, Oesterreich und in der Schweiz: Das Problem der nationalen Varietaeten. – Berlin\ New York: de Gruyter, 1995.
- 2 Rudolf Muhr. Die linguistischen Merkmale der nationalen Varietaeten des Deutschen im Ueberblick. – Wien, 2000.
- 3 Robert Sedlaczek. Das oesterreichische Deutsch. – Wien: Ueberreuter, 2004.
- 4 Ulrich Haeussermann u.a. Sprachkurs Deutsch. Zeitschrift, Bildung und Wissenschaft, Bonn, Internationales, № 2, 1991, S. 39-42.
- 5 Jan-Hendrik Leerkamp. Die oesterreichische Varietaet der deutschen Sprache. – LINSE (Linguistik-Server Essen), 2003.
- 6 Richard Schrodt. Nationale Varianten, areale Unterschiede und der „Substandard“: An den Quellen des Oesterreichischen Deutschen. – 1997.
- 7 Wolfgang Pollak. Was halten die Oesterreicher von ihrem Deutsch? – Wien, 1992

ТҮЙІН

*И.Ф. Бород, филология магистрі
Инновациялық Еуразия университеті (Павлодар қ.)*

Неміс тілінің ұлттық варианттары

Мақалада неміс тілінің түрлі варианттары қарастырылған, германиялық, австриялық, швейцариялық неміс тілдерінің ұқсастықтары мен айырмашылықтары зерделенген. Осы үш тілде фонетикалық, синтаксистік, прагматикалық, морфологиялық, орфографиялық және лексикалық өзгешеліктері бар. Көп кездескендіктен, лексикалық айырмашылықтарға басымырақ көңіл бөлінген.

Түйін сөздер: варианттылық, ерекшелік, стандартты тіл, аймақтық тіл, айырмашылықтар, ортақтық.

РЕЗЮМЕ

*И.Ф. Бород, магистр филологии
Инновационный Евразийский Университет (г. Павлодар)*

Национальные варианты немецкого

В статье рассмотрены различные варианты немецкого языка, изучены сходства и различия в германском, австрийском, швейцарском немецком языках. В этих трех языках имеются фонетические, синтаксические, прагматические, морфологические, орфографические и лексические различия. Большое внимание уделено лексическим различиям, так как их большинство.

Ключевые слова: вариантность, особенность, стандартный язык, региональный язык, различия, общность.

RESUME

I.F. Borod, *Master of Philology*
Innovative University of Eurasia (Pavlodar)

National variations of the German language

The article presents different variations of the German language, studies similarities and differences in the Germanic, Austrian and Swiss German languages. These languages possess phonetic, syntactical, pragmatical, morphological, spelling and lexical differences. Great attention is devoted to lexical differences as they exist in a big amount.

Keywords: *variation, peculiarity, standard language, regional language, community.*

УДК 81:659.1

О.В. Великодная,

А.Р. Бейсембаев, доктор филологических наук

Инновационный Евразийский университет (г. Павлодар)

olga_obz@mail.ru

Маркеры имплицитного смысла в рекламных текстах

Аннотация: *В данной статье рассмотрены теоретические аспекты выражения имплицитного смысла в рекламных текстах, а также анализ рекламных сообщений региональной прессы Павлодарской области.*

Ключевые слова: *имплицитность, рекламное сообщение, маркированность, скрытый смысл.*

Рекламный текст – один из видов текста, где языковое воздействие и манипулирование выходит на передний план. Это обусловлено главной целью рекламного сообщения – внушить покупателю желание обладать товаром.

Однако попытка воздействия на покупателя напрямую, выраженная словами «купи» или «сделай» не даст результатов. Потребитель почувствует явную манипуляцию и попытку покусения на свободу воли, и как результат – получит негативное впечатление о рекламодателе и предлагаемом им товаре. Поэтому маркетологи прибегают к заключению в рекламных текстах имплицитных, то есть скрытых смыслов.

Под имплицитной понимается информация, не составляющая непосредственного значения компонентов текста (слов, граммем и т.д.), зафиксированных в словаре, и однако воспринимаемая слушателем этого текста [1, с. 8].

А.Н. Баранов отмечает, что признаком имплицитной (скрытой) информации является «необязательность ее получения при понимании, несто процентность ее восстановления слушающим». [2, с. 42].

Обращение к аудитории, выраженное имплицитно, не будет подвергаться прямой оценке, следовательно, может быть понято потребителем как его собственный вывод, а это уже значительно повышает эффективность рекламного сообщения. Использование скрытой информации для создания эффекта сопоставления в рекламном тексте также имеет ярко выраженный прагматический смысл: очевидные сравнения попросту запрещены законодательством, а кроме того, способны вызвать негативную реакцию как у конкурентов, так и у аудитории.

Следует учитывать, что при считывании смысла рекламного сообщения, каждый потребитель будет видеть не только его буквальное значение, но и дополнительное, основанное на ряде личных ощущений. Безусловно, такие дополнительные выводы (импликации) во многом являются обоснованными, но могут быть и совершенно неожиданными, произвольными, так как, во-первых, оказывает влияние жизненный опыт каждого потребителя в отдельности, уровень знаний, а во-вторых, имплицитная информация – результат свободной интерпретации текста, а потому может достраиваться человеком через ассоциации любого направления. Для взрослых рекламный текст будет написан иначе, чем для детей, а для специалистов, безусловно, будет отличаться по форме и содержанию от текста для неспециалистов. Чем больше аудитория знает о предмете разговора, тем реже автору придется прибегать к явному, эксплицитному выражению информации.

Для рекламы в целом не характерно использование только эксплицитного, то есть буквального смысла, реклама – это своего рода «притворяющееся высказывание»:

- реклама имеет в виду ценности, хоть и говорит о фактах;

- реклама показывает образ товара, а не реальный товар и его свойства;
- реклама ориентирует на приобретение конкретного товара, но говорит о свободе выбора.

Исходя из этого, имплицитная информация легко воспринимается адресатом и оказывает воздействие на формирование мнения о рекламируемом объекте в обход аналитических процедур, осуществляемых потребителем.

Все примеры проявления скрытого воздействия в рекламе можно разделить на некоторые группы. Частичный диктальный вопрос, а отнюдь не утверждение, является одним из самых популярных способов выражения скрытой информации. Эту особенность использования «невинных» вопросов в качестве пропаганды отметил А.Д. Шмелев [3, с. 462].

- *Почему так много молодых людей выбирают жевательную резинку «Wrigley spearmint»?*
- *Почему офисную мебель покупают в «Мебель-стиль»?*

Подобные вопросы, используемые в рекламном тексте, содержат пресуппозицию, которая при логическом анализе высказывания вовсе не очевидна. Доказательства того, что большинство молодых людей выбирают именно эту жвачку, что офисную мебель покупают в «Мебель-стиль» нигде не указаны, кроме того, не представляется возможным проверить эти утверждения. Поскольку эта информация не высказана прямо, она не подвергается оценке и анализу со стороны адресата рекламы, но запоминается на уровне подсознания.

Приведем примеры использования отрицательных конструкций, сопровождающих оценочные предикаты в сравнительной степени:

- *GILLET. Лучшие для мужчины нет!*
- *Ничто не сохранит белизну вашего белья дольше, чем «АСЕ» с красной крышечкой.*

В практической жизни такие конструкции воспринимаются как суждения с положительным значением. Потребитель понимает, что GILLET – лучшие лезвия для мужчин, а «АСЕ» – самое эффективное средство для белизны белья. Использование фраз такого типа очень удобно для рекламодателя, так как оценочные суждения не выражены явно, поэтому за них нельзя привлечь к ответственности за нарушение Закона о рекламе. Если анализировать такие конструкции с точки зрения логики, то становится понятно – они не являются утверждением полного превосходства одного товара над другим: сказано лишь, что нет товара лучше, но это не означает, что не существует товара с равными этому по свойствам и качеству. Автор текста использует ложное умозаключение, рассчитывая, что аудитория не будет подходить критически к восприятию этого рекламного текста.

Кроме того, такие конструкции имеют дополнительный эффект – создание впечатления доверительного общения. Неполнота конструкций, характерная для разговорной речи, отсутствие причинно-следственных связей, свойственное бытовому разговору, категоричность делают подобные высказывания похожими на советы от друзей, а значит, лучше воспринимаются аудиторией.

Рассмотрим несколько способов выражения имплицитных смыслов в рекламных текстах павлодарской прессы. Для примера возьмем текст, рекламирующий успокоительный препарат «Пустырник Форте» («Городская неделя», 16 апр. 2014г):

«Как стать хозяином своих эмоций?»

- *Поможет «Пустырник Форте Эвалар». В нем экстракт пустырника обладает одним из самых высоких показателей седативности. Пустырник выращен в экологически чистых предгорьях Алтая, а его экстракт произведен в «Эвалар» по стандартам качества GMP.*

- *Только в «Пустырнике Форте Эвалар» сочетаются высокая дозировка пустырника и «элементы спокойствия» - магний и витамин В6 (Патент РФ 2361599), что способствует быстрому снятию эмоциональной напряженности и раздражительности.*

Почувствуйте разницу с «Пустырником Форте Эвалар» и наслаждайтесь спокойствием!

Вопрос «как стать хозяином своих эмоций?», с которым обращается к потребителю рекламодатель, находит свой ответ в дальнейшем тексте сообщения. Однако предложения построены так, что аудитория воспринимает текст как доброжелательную рекомендацию, а не приказ к незамедлительной покупке препарата. Нет явных сравнений одного товара с другим – рекламодатель не дает выбора между несколькими возможными решениями проблемы, но характер подачи информации не создает ощущения принуждения к покупке. Эхо-фраза, закрепляющая эффект от текста, знакомит предполагаемого покупателя с результатом, который его ожидает после приобретения товара.

Следующий пример, содержащий скрытые смыслы в своем тексте, – о денежном талисмани Марии Дюваль («Городская неделя», 16 апр. 2014г):

«У вас есть значительные долги? Вам срочно нужны деньги? Позвольте Марии Дюваль предложить вам БЕСПЛАТНО свой удивительный и мощный Денежный Талисман! Вы получите талисман бесплатно, а его могущество таково, что он может помочь Вам выиграть 1 000 000 тенге в течение 10 ближайших дней!

Вы, конечно же, уже слышали о ней... Мария Дюваль, без сомнения, одна из наиболее известных ясновидящих в мире. Сегодня эта великая женщина хочет помочь Вам решить Ваши финансовые проблемы. Все, что Вам нужно сделать, чтобы воспользоваться ее помощью, это прочитать нижеследующее:

Почему это бесплатное предложение? Просто потому, что Мария Дюваль знает: проблема номер один для большинства людей в этом мире связана с деньгами. Да, деньги могут приносить несчастье, так же как и радость. Мария Дюваль обладает талисманом, который доказал свою эффективность и может помочь Вам решить эту щекотливую проблему.

Что этот талисман может сделать для вас? Вы должны знать одно: если сегодня у Вас нет денег, которых Вы заслуживаете, это случилось потому, что Вы отталкиваете их (разумеется, невольно) вместо того, чтобы притягивать. По мнению Марии Дюваль, этот могущественный Талисман будет воздействовать на силы, которые управляют деньгами, «заставляя» их войти в Вашу жизнь. В результате деньги не будут избегать Вас, напротив – они будут притягиваться к Вам, как железо притягивается к магниту.

Сколько Вы можете выиграть и в течение какого времени? Это зависит от многих факторов, но можно утверждать, что каждый, кто владеет Талисманом, может надеяться на получение одной или нескольких значительных денежных сумм в ближайшем будущем. Мария Дюваль уже помогла некоторым людям выиграть 10000 евро в течение одной недели!»

Текст рекламы обращается к актуальной для многих финансовой проблеме. В целом манера изложения текста – доброжелательна, уважительна по отношению к потенциальному потребителю. Определения «мощный», «удивительный», характеризующие талисман, несут в себе довольно сильную экспрессию и воздействуют на потребителя. Воздействие идет и на невербальный уровень – слово «БЕСПЛАТНО», выделенное заглавными буквами невольно заставляет читателя остановить свое внимание на этом тексте, а само наименование товара «Денежный Талисман» выделено контрастной подложкой с использованием графических акцентов («блеск»). В принципе, ключевые фразы и конструкции в рекламном объявлении так или иначе выделены при помощи графических средств.

Если подробнее остановиться именно на тексте рекламы, то здесь автор использует формы будущего времени и модальные глаголы для выражения, скорее, возможности эффекта от талисмана, нежели стопроцентной гарантированности пользы. Конструкции типа «**этот могущественный Талисман будет воздействовать на силы, которые управляют деньгами**», «**можно утверждать, что каждый, кто владеет Талисманом, может надеяться на получение одной или нескольких значительных денежных сумм**», «**сколько Вы можете выиграть**» помогут избежать ответственности автору рекламы, если талисман не поможет купившему его потребителю. Однако потребитель вряд ли задумывается об этом, он видит в рекламном тексте положительный посыл и обещания неременной помощи в решении проблем.

Таким образом, попытки напрямую повлиять на волю аудитории могут вызвать негативную реакцию и отторжение как предлагаемого товара в частности, так и рекламируемой компании в целом. Поэтому все чаще можно проследить способы скрытого воздействия рекламного текста на потребителя. Информация в рекламе, выраженная имплицитно, не подвергается прямой оценке и зачастую воспринимается аудиторией как собственное решение в пользу того или иного товара. Стоит помнить, что каждый скрытый смысл может быть интерпретирован по-разному, в зависимости от возраста, социальной принадлежности и уровня образованности потребителя. Скрытые смыслы могут заключаться в дактильных вопросах, отрицательных конструкциях с оценочным предикатом.

При анализе рекламных текстов региональной прессы также было замечено использование имплицитных смыслов. В текстах павлодарской прессы скрытое воздействие осуществляется через вербальные и невербальные методы выражения. Кроме того, важную роль играет синтаксис и морфология рекламных конструкций.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Борисова Е.Г., Мартемьянов Ю.С. Имплицитность в языке и речи. – М., 1999. – 200 с.
- 2 Баранов А.Н. Лингвистическая экспертиза текста. Теоретические основания и практика. – М., 2007. – 591 с.
- 3 Булыгина Т.В., Шмелев А.Д. Языковая концептуализация мира (на примере русской грамматики). – М.: Языки славянской культуры, 1997. – 576 с.

REFERENCES

- 1 Borisova E.G., Martem'yanov Yu.S. Implicitnost' v yazyke i rechi. – M., 1999. – 200 s.
- 2 Baranov A.N. Lingvisticheskaya yekspertiza teksta. Teoreticheskie osnovaniya i praktika. – M., 2007. – 591 s.
- 3 Bulygina T.V., Shmelev A.D. Yazykovaya konceptualizaciya mira (na primere russkoy grammatiki). – M.: Yazyki slavyanskoy kul'tury, 1997. – 576 s.

ТҮЙІН

О.В. Великодная,
А.Р. Бейсембаев, филология ғылымдарының докторы
 Инновациялық Еуразия университеті (Павлодар қ.)

Жарнамалық мәтіндердегі имплициттік мағынаның меркерлері

Осы мақалада жарнамалық мәтіндерде имплициттік мағынаны білдірудің теориялық аспектілері, сонымен бірге Павлодар облысының аймақтық баспасөзі жарнамалық хабарламаларының талдауы қаралған.

Түйін сөздер: имплициттілік, жарнамалық хабарлама, маркерлену, астарлы мән.

RESUME

O.V. Velikodnaya,
A.R. Beyssembayev, Doctor of Philological Sciences
 Innovative University of Eurasia (Pavlodar)

Implicit meaning markers in advertising texts

The article considers theoretical aspects of expression of implicit meaning markers in advertising texts and the analysis of advertising messages of Pavlodar region press.

Keywords: implicit, advertising message, labeling, hidden sense

ӘОЖ 811.512.122

Ғ.Е. Имамбаева, филология ғылымдарының докторы,
Б.М. Құсманова
 Инновациялық Еуразия университеті (Павлодар қ.)
 E-mail: batzhamal@mail.ru

Етіс категориясының функционалдық сипатының тарихи зерттелуі

Аннотация. Мақалада етістікке тән етіс категориясының функционалдық сипатының тарихи зерттелуі сөз етіліп, етістің функционалды грамматиканың категорияларымен ұштасуы қарастырылған.

Түйін сөздер: етіс категориясы, функционалдық сипаты, етістің тарихи зерттелуі.

Етіс туралы алғашқы пікір XIX ғасырдың басында түрік тілдерін зерттей бастаған тіл мамандарының еңбектерінде бар. Онда етістіктің рай, шақ, жіктік жалғау категориялары қатарында етіс категориясының бары да айтылған. Кейінгі шыққан грамматикаларда бұрынғы айтылғандарға қосқан айтарлықтай жаңалық болмағанымен, етістік категорияларын жеке-жеке атап, әрқайсысына тоқталып, солардың ішінде етіске де анықтама беріп, жасалу жолдарының көрсетілуі етіс туралы зерттеудің де кени бастағанын көрсетсе керек.

Қазақ тілінде жазылған еңбектердің ішінде етіс туралы алғаш айтылған пікірді Ахмет Байтұрсыновтың «Тіл-күрал» оқулығынан табамыз. А.Байтұрсынов етістіктің етіс түріне ереже бермей, бірден «Етістікте он түрлі етіс бар», -дей келе, оның сабақты етіс, салт етіс, ортақ етіс, өздік етіс, өзгелік етіс, беделді етіс, ырықсыз етіс, шығыс етіс, дүркінді етіс, өсіңкі етіс - деген түрлері барын келтіреді. Етіс түрлері ішінде салт етіс пен сабақты етісті етістің түрлері қатарында атайды. Салт етістік пен сабақты етістікті етіс категориясымен бірге қарау, бұдан кейінгі жылдары шыққан мектепке арналған оқулықтар мен жоғары оқу орнына арналған грамматикаларда да орын алып келді. Қазақ тіл білімінің дәстүрлі грамматикасы бойынша етістің бес түрі бар екендігі белгілі. Осылардың ішінен ырықсыз етіс түрі ерекше орын алады. Ырықсыз етіс басқа етіс түрлеріне мағынасы жағынан қарама-қайшы болып келеді. Бұл тұжырым басқа төрт етістің етістік көлеміндегі іс-әрекетті білдіруде іс иегері – субъект бар болса, ырықсыз етісте субъектінің жоқтығымен қимыл өзбетінше өтіп, объектіге қарай бағыт алады.

Етіс категориясын ғылыми тұрғыда лексика-грамматикалық сипаты жағынан арнайы зерттеген ғалым профессор А.Қалыбаева (Хасенова). Ғалым Аққал Қалыбаева етіске берген сипаттамасында етіс категориясының етістікке қатысы жайында және сабақты етістік пен салт етістіктердің етіс категориясы мен байланысы жөнінде, етістің түрлері, олардың жасалу жолдары, етіс категориясының мағынасы мен

тұлғалық ерекшеліктеріне ғылыми талдау жасап, «Етіс мәселесін дұрыс шешу үшін, сөйлем мүшесі (баяндауыш) мен сөз табының (етістік) ерекшеліктерін байланыстыра салыстырып, бірінен бірін бөлмей тұтас қарау қажет» - деген құнды тұжырым жасайды. Ғалым басқа сөз таптарының грамматикалық категориялары сияқты етістіктің етіс категориясының қалыптасуы сөйлем мүшелері мен сөз таптарының дамуымен байланысты екенін дұрыс бағдарлайды.

Өзінің қалыптасу дәуірінде түрлі заңдылықтарды басынан өткізген етіс категориясының синтаксистік қызметіне сай беретін мағынасы, өзіне тән тұлғалық ерекшеліктері, ол тұлғаларды жасайтын қосымшалары бар. Етіс жасайтын қосымшалар етістіктің сабақты түріне де, салт түріне де жалғанып, етістіктің етіс тұлғасын жасайды. Салт етістіктерден қимыл мен қимыл иесі арасындағы қатынастан туып, субъектінің ішкі мәнін түрлендіретін өзгелік, ортақ етіс түрлері жасалса, сабақты етістіктерден етіс қосымшалары қосылу арқылы барлық етіс түрі жасала береді.

Қазақ тіліндегі етіс қосымшаларының осындай бір-бірінен мағыналық ерекшеліктерімен қатар, етістіктің басқа қосымшаларынан ажырататын өзіндік тағы бір ерекшелігі бар. Ол-етіс тудыратын жұрнақтардың етістіктің түбіріне тікелей жалғанатын болымсыз -ма, -ме, -ба, -бе, -па, -пе жұрнақтарынан бұрын жалғанатындығы. Мысалы: кел-тір-меді, кел-тір-іл-меді, кел-тір-т-кіз-беген, ойла-н-бады, ойла-т-пады, ойлан-дыр-т-қыз-бады, әкел-ін-беді, әкел-т-тір-меді, әкел-іс-педі т.б. Бұл мысалдардан етіс қосымшаларының тағы бір ерекшелігі етістіктің негізгі және туынды түбірлеріне тікелей жеке де, және бірінен соң бірі үсті-үстіне жалғана беретін қасиеті бары көрінеді. Етістік етіс қосымшаларынан соң өзінің басқа категорияларының қосымшалары ретімен қабылдайды. Яғни, етіс қосымшаларынан кейін түбірге етістіктің басқа категорияларының есімше не көсемше, рай, шақ, жақ тұлғаларының көрсеткіштері қосылады. Етіс категориясының семантикалық сипаты, етіс қосымшаларының қызметі жайында бірізді пікір көпке дейін қалыптаспады.

Етістерді етістіктің өзге категорияларынан ерекшелендіріп тұратын сипаттары мынадай: Ол одан жөн *сұрады*; Олар бір-бірінен жөн *сұрасты*; Ол онан жөн *сұратты*; Одан жөн *сұралды*; Ол өзі *сұранды* деген сөйлемдердегі етістік (*сұрады, сұрасты, сұратты, сұралды, сұранды*) формалардың соңындағы өткен шақгың қосымшасын (-ды, -ты) алып тастағаннан кейінгі *сұра, сұрас, сұрат, сұрал, сұран* етістіктерін бір-бірінен салыстырғанда, олар бір түбірден өрбіген түбірлес негіздер екені айқындалады. ...Етіс формаларының бұл ерекшелігінен, біріншіден, басқа жұрнақтар сияқты, туынды етістік жасайтын қабілеті барлығы (айырмасы тек етістіктен етістік тудыратындығы) және сол етіс жұрнақтары арқылы туған формалар етістік негіздері есебінде қызмет ететіні айқындалады. Ендеше, бұл жағынан қарағанда етіс жұрнақтары сөзден сөз тудыратын жұрнақтармен сәйкес келеді де, лексикалық категорияға жатады. Екіншіден, етіс категориясының формаларында субъекті мен объектінің амалға қатысын, керісінше, амалдың (өрекеттің) субъекті мен объектіге қатысын білдіретін грамматикалық сипаты күшті. Демек, етіс формалары сөйлемнің грамматикалық құрылысына өзгеріс енгізіп отырады» - дегені дәлел. Бұл пікірден автордың етіс қосымшаларын әрі сөзжасам, әрі грамматикалық мағына беретін қосымша тұрғысында танығаны анық көрінеді. Ал, И. Маманов етіс категориясын түбір етістіктен туатын грамматикалық форма ретінде таныған.

Бұл пікірді профессор С. Исаев қолдап, етіс қосымшаларын форма тудырушы тұлға қатарына қосады. Ғалым «етістіктерде етіс жұрнақтары жаңа сөз тудырмайды, етістік түбір білдіретін семантикасын өзгертіп жібермей, лексикалық және жалпы грамматикалық мағынасы сақталып қалады, тек сабақтылық- салттылық өзгеріп, сөйлемде субъект пен объекті арасындағы қатынасы ауысуы мүмкін» - дейді.

Етістік түбірге етіс қосымшалары жалғанғанда, етістіктің түбірінің жалпы грамматикалық мағынасы өзгермей, тек түбірдегі салттылық-сабақтылық мән ғана өзгертін болса, етіс жұрнақтары тек салт етістікті сабақты етістікке, сабақты етістікті салт етістікке айналдыру қызметін ғана атқара алады. Ендеше ол (етіс қосымшалары) сөзжасам қосымшаларына жатпайды, сөз түрлендіруші қосымшалары қатарына қосылады. Етіс қосымшалары етістік түбірге жалғанғанда түбірдің грамматикалық сипатын өзгертпейді. Ол етіс тұлғалы етістіктің түбір етістіктер сияқты ерекшелігі екенін көрсетеді. Яғни етіс тұлғалы етістіктер түбір етістіктер сияқты тек сырттай бұйрық райдың 2-жақ жекеше, анайы түрімен сәйкес келгенімен тікелей жіктік жалғауларын қабылдамайды, сонымен бірге сөйлемде етістік етіс тұлғасында қолданылмайды. Қазақ тілі етістік формаларына өте бай. Етістердің ішінен ырықсыз етіс туралы сөз етсек, қазақ тілінде ырықсыз етіс сабақты етістіктен жасалып, заттың басқа зат пен тұлғаның әсерімен қимылға ұшырағанын көрсетеді де, логикалық субъект ретінде грамматикалық толықтауышы, ал логикалық объект – грамматикалық бастауышпен белгіленеді. Қазақ тілінің ырықсыз етіс құрамында қимыл-әрекет жасаушы мүлдем болмайды, өте сирек түрде субъект барыс, шығыс, көмектес септіктерде тұруы мүмкін, мысалы: «Жау батырдан жеңілді» (субъект – шығыс септікте тұр). «Жоспар қызметкермен құрастырылды» (субъект – көмектес септікте). Ырықсыз етісті сөйлемдерде субъект тек қана сөйлем арқылы көрініс табады. «Бір жылдан соң мекеме ашылады». Бұнда субъект сөйлем арқылы белгіленіп тұр, басқаша айтқанда (Менімен бір жылдан соң мекеме ашылады).

Сабақты етістіктен жасала отырып, ырықсыз етістегі етістік – сабақты түріне жатады. Қазақ тіліндегі ырықсыз етіс арнайы –л, –ыл, –іл аффикстердің сабақты етістік түбіріне қосылу арқылы жасалады, мысалы: «басталу, жіберілу, қосылу». Егер етістік түбірі «л» дауыссыз дыбысына аяқталса, онда ырықсыз етіс –н, –ын, –ін аффикстердің қосылуымен жасалады: «салыну, алыну». Бұндай жағдайда

ырықсыз етіс пен өздік етіс аффикстері біркелкі болып, олардың мағыналары тек қана контекст арқылы белгіленеді. Белгілі орыс ғалымы П.М. Мелиоранскийдің айтуы бойынша, қазақ тілінде ырықсыз етіс көбінесе айтушы іс-әрекетті, жасалғандығы туралы сезбей, білмеген жағдайда қолданылады, деген. Кейде ырықсыз етістегі етістік негізгі етістің салт етістігімен сәйкес, өзгелік етістен жасалуы мүмкін, мысалы: «түс-у, түс-ір-у, түс-ір-іл-у».

Қазақ тілі грамматикасының 1967 жылы шыққан мәліметтеріне сүйенсек, ырықсыз етіс түбірлерге –л, –ыл//–іл дара аффиксі, сондай-ақ –лын, –ілін, –ныл, –ініл тәрізді күрделі аффикстердің қосылуымен жасалады. Ырықсыз етістің өздік етістен біршама өзгешеліктері бар, соның бірі – субъектінің грамматикалық тұлғалануында. Әдетте субъектісі сөз етілмейтін кейбір ырықсыз етісті сөйлемде субъектінің де арнайы айтылатын кездері болады. Мұндайда субъекті «тарапынан», «жағынан» деген сөздермен тіркесе, немесе барыс пен көмектес септік тұлғаларындағы жанама толықтауыш болып беріледі, мысалы: «Мемлекет тарапынан көптеген шаралар қолданылды».

Ырықсыз етісті сөйлемнің сипаттамасын айтатын болсақ, ырықсыз етіс те сабақты етістерден жасалады. Ырықсыз етіс баяндауыш болып тұрған сөйлемнің бастауышы қимыл көшетін объекті. Оның қимылға қатысы пассив болады. Сабақты етістіктегі қимыл иесі бастауыш болып берілсе, актив болады да, сабақты етістіктің объектісі ырықсыз етісте бастауыш болып берілгендіктен, пассив болады. Сөйтіп, амалдың іске асырылуында тұлғалары бірдей бастауыштардың бірде актив, бірде пассив субъектілердің мағынасында жұмсалуды сөйлемде баяндауыш болып тұрған етіс категориясымен анықталады. Ырықсыз етісті сөйлемдерді құрылысына қарай былай топтастыруға болады. Ырықсыз етіс баяндауыш болған кейбір сөйлемдерде қимыл иесінің (agens) берілуі. Қимыл иесі шығыс септіктегі жанама толықтауыш арқылы беріледі. Сөйтіп, қимыл иелері берілмеген сөйлемдерде табыс септіктегі тура толықтауыштан басқа іс-әрекеттің бағытын, мекенін, мезгілін, себебін, т.б. белгілерін көрсетіп, септіктің басқа түрлерінде тұрған сөйлемнің тұрлаусыз мүшелері қолданыла береді. Бірнеше етістік қатар тұрып, сөйлемнің күрделі баяндауышы болғанда, өздік етіс сияқты ырықсыз етіс аффикстері де негізгі етістікке жалғанады. Өйткені, сөйлемнің басқа мүшелерімен байланысып, сөйлем мағынасын толықтырып тұратын негізгі етістік. Ырықсыз етіс мағынасы да сол негізгі етістік арқылы беріледі.

Қазақ тіліндегі етіс категориясының грамматикалық ерекшеліктерін көрсету барысында, бұл категорияға қатысты «Қазақ тілі грамматикасындағы» анықтамасын келтіргенді жөн көрдік. «Етіс – етістіктің ерекше категориясы». Әдетте етіс қимыл, іс-әрекеттің, субъекті мен объекті арасындағы (семантикалық-синтаксистік сипаты) әр түрлі қатынасты білдіріп, белгілі қосымшалар жүйесі арқылы жасалатын етістік категориясы деп анықталады [1, 507 б.].

Келтірілген етіс жайлы теориялық түсініктемеге қосатынымыз: сондай-ақ етіс етістіктің басты категориясы бола тұра, өзіндік тұлғасымен бірнеше тілдік салалармен, оның ішінде: сөзжасам, морфология, лексика, синтаксис, әрқайсысының тиісті ерекшелігіне сай, тығыз байланыста болатындығы сөзсіз.

Өзіндік көрсеткіштерімен етіс қимыл-әрекет үстінде субъект пен объектіні белгілеу барысында сабақты мен салт етістіктер жасалу бағытына да тікелей қатысып, етістіктің есімше, көсемше формаларында да орын алып, күрделі етістіктер құрамын айқындауға әсерін тигізіп, етістіктің болымдылық және болымсыздық категорияларымен де ұштасып отырады. Бастысы – етістіктің семантикасы, формасы, қызметі өзара, бір-бірімен тығыз байланысты екендігін ескере келе, ал етіс етістіктің қазақ тілі грамматикасында «етістік негізі», «қимыл атауы», «салттық және сабақтылық» категорияларынан кейін төртінші етістік формалар жүйесінің етістікке тән грамматикалық категория болғандықтан, қазақ тіліндегі етістің грамматикалық ерекшеліктерін ашуда, жоғарыда айтылған тілдік факторлармен байланыстыра зерттеу керек деп білеміз. Ырықсыз етісті сөйлемнің ерекшелігін көрсетпек бұрын, ырықсыз етіске «Қазақ тілі грамматикасында» берілген толық анықтамасына назар аударуды қажет еттік: «ырықсыз етіс деп қимыл, іс-әрекеттің өздігінен орындалатын мән үстеп, қимыл, іс-әрекеттің тура объектісі оның грамматикалық бастауышы болу қызметін атқарып, тек сабақты етістіктерден –ыл, –іл, –л қосымшасы, түбір құрамында л дыбысы болса, –ын, –ін, –н қосымшасы арқылы жасалатын етістің түрін айтамыз» [1, 509 б.] делінген.

Қазіргі кезде қазақ тіл білімінің жетістіктері әлемдік деңгейде бағаланып, еліміздің тілін меңгеруге шетел қауымының қызығушылықтары арта түскен сәтте, тіл грамматикасының жеке бөлшектері де тиісті орын алады. Соның бірі етіс бола тұра, ырықсыз етісті – қазақ тілінен басқа, әлем тілдер етістігінің басты категориясы деп білеміз. Бұл етіс түрін әлем тілдер грамматикасына ортақ етіс деп те атауға тура келеді. Ырықсыз етістің негізгі ерекшелігі – «іс-әрекет бар, қимыл жасаушы жоқ», мысалы: «хабар жіберілді», «сарай салынды», еңбекте сөз етілген әлемнің қай тілі (ағылшын, қытай, испан, орыс, жапон т.б.) осыған қоса, кейбір шетел тілдерінде де (неміс, француз), БҰҰ мемлекет тілдерінің (өзбек, қырғыз, украин т.б.) жүйелерінде ырықсыз етістің семантикалық мағынасы мұқият сақталған, бірақ та әр тілдің өзіндік ерекшеліктеріне сай, бұл етіс әртүрлі көрсеткіштермен берілетіні сөзсіз. Сондықтан, қоғамдағы тілдік қарым-қатынастың негізін салып, сөзжасам, морфология мен синтаксис салаларын біріктіріп тұрған тіл грамматикасын алға тарта отырып, соның төңірегінде орын алған етістің – грамматикалық ерекшеліктерін де жекеленген сала бөлшектерімен байланыстыра қарастырған жөн.

Жалпы, сөйлем көлемінде ғана өзіндік ерекшелігін нақтылайды дейтініміз, мәселен, өздік пен ырықсыз етістің ұқсас та, өзгеше де жерлері бар болғандығы осыған дәлел. Ұқсастығы: қосымшалары

кейде бірдей болып келетіні, екеуі де сабақты етістікті салт етістікке айналдырады. Негізгі айырмашылығы: олардың білдіретін семантикасында жатыр.

Етістікті сөз тіркесінде етістік шешуші рөл атқаратынын белгілей келе, меңгеріле байланысқан етістікті сөз тіркестері құрамында етістің де көрінісі бар екендігі рас. Меңгеру табиғатында етістікке тән екендігін тіліміздің тарихын айқындауға негіз болатын Орхон-Енисей ескерткіштерінің тілінде етістіктердің болсама, есімдердің меңгеруі кездеспейтіні туралы қазіргі заманның белгілі ғалымы А.С. Аманжоловтың өзінің «Көне түркі жазу ескерткіштері тіліндегі етістіктің меңгеруі» атты ғылыми еңбегінде бұл мәселе жөнінде айтылған пікірі дәлелдейді [2]. Тақырып желісіне үңіле түскен сайын, қазақ тілінің етіс категориясы да стильдік сипатқа ие екендігін мойындауға тура келеді, етістің әр стильдік тармақтарда, әдебиеттің әртүрлі жанр шеңберінде қарастыра, сипатын айқындау – ғылыми ізденіс пен зерттеу күтіп тұрған мәселелердің бірі деп білеміз.

Етістің әдебиеттің әр жанры түрінде қолданыс аясын ашу – етіс табиғатының қыр-сырын анықтауда бұдан да арта түсер еді. Аталмыш тақырыпты ашу барысында алға қойылған мақсатымызға сай, қазақ тіліндегі етіс категориясының лексика-грамматикалық табиғатын анықтауға бетбұрыс жасап, қойылған талапты өтеуге талпыныс еттік.

Тілдік бірліктерді жүйелі түрде зерттеп, оларды бір-бірімен қарастыра қарап, кешенді түрде тұтастықта қабылдау қалпы керек етіліп, уақыттың талабы – әр тілдік құбылысты байланыс шеңберінде қарастыру алға қойылып отыр. Етіс категориясы сандық жағынан да біркелкі пікірге келген емес. Егер тілші-ғалым А.Байтұрсынұлы етістің он түрін, С. Аманжолов етістің үш түрін, А. Ысқақов бес түрін, Н. Сауранбаев пен Ғ. Беғалиев – сегіз түрін көрсетсе, ғалымдар А. Қалыбаева – бес түрін, Ы.Маманов – төрт түрін, қазіргі заманның ғалымы А.С. Аманжолов етістің төрт түрін ғылыми еңбектерінде белгілейді. Бұл келтірілген жайт – етістің күрделілігін айқындай түседі. Етіс – лексика-грамматикалық категория бола тұра, оның табиғаты функционалдық тұрғыдан қарастырғанда толық ашылады. Түбір сөздің мағынасы мен ол арқылы жасалған туынды сөздің мағынасы өте тығыз байланысты, бұл сөзжасауда үнемі сақталатын заңдылық. Лексикалық мағынасы болмаса, одан туынды түбір жасалмас еді. Сөзжасам жүйесіндегі жұрнақтардың әрқайсысының өзіндік мағынасы бар, бір жұрнақтың өзі бірнеше мағына білдіре береді, сондықтан да бұл жайт – етісті лексика-семантикалық категория екендігінің де дәлелі.

Жоғарыда айтылғандардан мынадай қорытынды шығаруға болады: сөйлем құрамының пассив (ырықсыз) етіс категориясының семантикалық анықтамасына – субъектінің қимылға қатыстығы жатса, синтаксистік түріне – етістік баяндаушының бастауышқа қатыстығы жатады. Бұл анықтамалардың басты айырмашылығы – объект күйіндегі толықтауыштың болуында жатыр. Осындай жағдайда, етіс категориясының семантикалық анықтамасы – етісті қимылдың субъект пен объектіге, ал синтаксистік – сөйлемдегі етістік баяндаушының бастауыш пен толықтауышқа қатынасы ретінде қарастырылады. Пассив (ырықсыз) етісі екі деңгейлі грамматикалық категория сияқты болып қарастырылады. Етісті тереңірек зерттегенде, етістік морфологиясы мен семантикасында қимылдың субъектіге қатыстығы көрініс табады. Бұл деңгей – «диатеза» деп аталады. Етісті, сыртқы жағынан, қарастырғанда, сөйлем ішіндегі етістік-баяндаушының бастауышқа қатыстығы сипатталып, тар мәнінде, «етіс» деп атайды. Пассив (ырықсыз) етіс категориясы активтің өзгеруін көрсетеді, яғни негізгі мен туынды болып қаралатын, актив құрылымдарын тиісті пассив құрылымдарына ауыстыруы.

Пассив (ырықсыз) етіс – субъекті-объектілік қатынастарды көрсететін, лексика-грамматикалық категория ретінде сипатталады. Етіс қазақ тілі грамматикасында етіс категориясы ретінде анықталып, сөйлем құрамында етістік басты рөл атқарумен қатар, сөйлемнің шыңы мен тірек сөзі ретінде қабылданады. Пассив (ырықсыз) етіс етістіктің сөз өзгерту категориясы болса, ал категориялық есебіндегі етіс мағынасы етістіктің формасы мен қайшылығының формальдық қатарына сүйенеді.

Тіл білімінде ырықсыз етіс түрі барлық түркі тілдес, якут тілінен басқа, халықтарының тілінде бар екендігі айтылады. Негізінен, сөзжасамдық құрылымы бойынша, біртүбірлес етістіктерден, мысалы, әртүрлі мағынада тұрған: «жоғал» – «жойылу, жоғалып кету» мен «жойып тастау, қырып кету», немесе «түзіл» – «бір нәрсені түзету», «өз-өзін дұрыс жолға салып, түзеу» сияқты қимылды білдіретін сабақты етістіктердің көңіл-күй мағынасындағы салт етістіктерге ауысқандығын байқаймыз. Сонымен, ырықсыз етіс тұлғасы, көбінде, негізгі етіске қарама-қарсы болып келеді. Осыған байланысты, сабақтылық пен салт ұғымдары, белсенді қимылды білдіретін етістіктердің көңіл-күй мәніндегі етістіктерге қарама-қайшылық орын алады. Тіл білімінде ырықсыз етістің пассив ұғымының иегері болуымен байланысты, бұл етіс түріне белгілі тілші-ғалымдар: Ш. Бектұров пен М. Серғалиев берген анықтамасын келтіруге тура келеді. «Істің кімнің істегендігі көрсетілмей, не істелгендігі көрсетілген етістіктің түрі ырықсыз етіс деп аталады», – деген [3, 111 б.]. Ырықсыз етіс қызметінде сөйлем бастауышы іс-әрекет жасаушысы болмай, тек қана оған бағытталған, объект күйіндегі, қимыл иегері болып, көрінеді. Мысалы: «су жерге сінді», «киім жыртылды», «тас жарылды» т.б. Бұл сөйлем мағыналарының жалпы ерекшеліктерінің бірі – қимыл-әрекет, істің иегерісіз, өзбетінше, жасалып жатқанында жатыр. Ырықсыз етістің –ыл, -іл, -л жұрнақтары (шымалдық ілінді), кейде –ын, -ін, -н (көше тазаланды) жұрнақтары арқылы сабақты етістіктен ғана жасалатындығын білеміз.

Сондай-ақ ырықсыз етіс жұрнақтарының сөйлем ішіндегі жақсыз қимылды, мысалы: «ашылды», «жарылды», «жыртылды», көрсетумен қатар, белсенді іс-әрекет білдіретін етістіктерді, ырықсыз етіс табиғатына жақын көңіл-күй етістіктерге айналдыру қызметі айқын көрініс табады. Кейде белсенді

кимылды білдіргенде, сол әрекеттің иегері көрінбей, бар болуы тек логикалық ойға тіреледі. Бұндай жағдайда, ырықсыз етіс табиғатының мынадай ерекшеліктері бірден көзге түсуі мүмкін. Етістің сөйлемде атқаратын қызметтік ерекшеліктерін бірден, Ж.Аймауытовтың «Ақбілек» романынан үзінділер келтіру арқылы байқауға болады.

Мысалы: «Бір мезгілде орман жақтан бір үрейлі дауыс шыққан секілденді» [4, 179 б.]. «Бірақ дыбыс білінбейді» [4, 179 б.]. «Ұлыған дауыс анық толастап бара жатады да, тағы да естіледі» [4, 179 б.]. «Алты от Ақбілекке алпыс оттай көрінді» [4, 180 б.]. Көркем шығармадағы сөйлемдерді талдап қарасақ, бұл сөйлемдер арқылы жеткізіліп отырған оқиғаның жағдаятына қарай, етіс формасындағы етістікпен беріліп тұрған кимыл, өзбетінше, өтіп жатқан әрекет амалына ұқсайды. Тіл білімінде бұндай кимыл медиопассив формасына тән болып, іс жасаушы анық көрініс таппай, оның барына логикалық оймен жетеміз, мұнда медиопассив ағысынан пассивке ауысу құбылысы байқалса, нақты ырықсыз етіс сөйлемдерінде медиопассивке нағыз іс-әрекет жасаушымен өтетін кимыл қарама-қайшылыққа келеді.

Ырықсыз етісте –ыл, –іл, –л жұрнақтарымен кең таралған, кейбір етістіктер түрі, мысалы: «ашылу, басталу, бұзылу, үзілу» субъектімен мүлдем байланыспай, көрсететін кимылда субъектісі орын алмайды, олардың қатысуымен жасалған сөйлемде кимыл-әрекет өзінен-өзі өтетін құбылыс ретінде қабылданады, мысалы: «аспан ашылды», «ел бұзылды», «жол екі жаққа бөлінді» т.б.

Жоғарыдағы баяндауларды жинақтай келгенде, төмендегідей қорытындылар жасауға болады: пассивтің субъектісіз құрылымдары негізгі диатеза бола тұра, қазіргі қазақ тілінде ырықсыз етіс жасауда нақты орныққан. Олар сөйлеу тілінің ауызша, жазбаша түрінің барлық жанрларына тән болып келеді. Осыған байланысты, субъектісіз ырықсыз етіс семантикалық жағымен, етістің негізі ретінде медиопассивке жақынырақ болып, өзінің тамырымен тілдің терең тарихи дамуымен ұштасады. Сондай-ақ, субъектісіз ырықсыз етіспен қатар, үш мүшелі пассивтік құрылымдар кітаби стильде пайда болып, орнықты.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

- 1 Қазақ тілі грамматикасы. Фонетика, сөзжасам, морфология, синтаксис. – Астана, 2002. – 784 б.
- 2 Аймауытов Ж. Романдар, повесть, әңгімелер, пьесалар: Шығармалар. – Алматы: Жазушы, 1989. – 560 б.
- 3 Бектұров Ш., Серғалиев М. Қазақ тілі: жоғары оқу орындарына түсушілерге арналған оқулық. – Алматы: Білім, 1994. – 224 б.
- 4 Аманжолов А.С. Көне түркі жазу ескерткіштері тіліндегі етістіктің меңгеруі. – Алматы: Ғылым, 1969. – 101 б.

REFERENCES

- 1 Qazaq tili grammatikasi. Fonetika, so'zjasam, morfologiya, sintaksis. – Astana, 2002. – 784 b.
- 2 Aymawı'tov Y. Romandar, povest', a'nggimeler, pyesalar: Shi'gharmalar. – Almati': Yazwshi', 1989. – 560 b.
- 3 Bekturov Sh., Serghaliev M. Qazaq tili: yoghari' oqw ori'ndari'na tu'swshilerge arnalghan oqwli'q. – Almati': Bilim, 1994. – 224 b.
- 4 Amanjolov A.S. Ko'ne tu'rki yazw eskertkishti'ri tilindegi etistikting menggerwi. – Almati': Ghi'li'm, 1969. – 101 b.

РЕЗЮМЕ

*Г.Е. Имамбаева, доктор филологических наук,
Б.М. Кусманова
Инновационный Евразийский университет (г. Павлодар)*

Историческое исследование функциональных особенностей категории залога

В статье рассматривается историческое исследование функциональных особенностей чисто глагольной категории залога и взаимосвязь его с категориями функциональной грамматики.

Ключевые слова: категория залога, функциональные особенности, историческое исследование залога.

RESUME

*G.Ye. Imambayeva, Doctor of Philology Sciences,
B.M. Kussmanova
Innovative University of Eurasia (Pavlodar)*

Historical research of functional voice category features

The article considers historical research of the functional features of verbal voice categories and its relationship with the categories of functional grammar.

Keywords: *category of voice, functional features, historical research of voice.*

УДК 81

А.Л. Леонидов,

А.Р. Бейсембаев, доктор филологических наук

Инновационный Евразийский университет (г. Павлодар)

E-mail: phin_crow@inbox.ru

Текстообразующие функции в категориях проспекции и ретроспекции

Аннотация. *В данной статье на примере публицистических текстов рассмотрены такие категории текста, как проспекция и ретроспекция, даны точные определения, описаны основные виды и функции данных категорий в лингвистике.*

Ключевые слова: *текст, категория, ретроспекция, проспекция.*

Рассматривая категории ретроспекции и проспекции, нужно помнить, что мы говорим о временных и пространственных понятиях и их реализации в языке. Так как это текстообразующие категории, то они призваны ввести читателя в некую «авторскую траекторию», в хронотоп (художественное время и пространство) произведения. Ретроспекция и проспекция – это формы дисконтинуума (отсутствия отдельного, промежуточного). Они являются некой паузой в линейном развертывании текста. Без этих категорий невозможно понимание происходящего. Именно они, а в особенности ретроспекция, лежат в основе создания эмпирического тезауруса читателя, с помощью которого он в состоянии ориентироваться в текстовом времени.

Во многих текстах ретроспекция проявляется имплицитно. Она основана на способности нашей памяти удерживать ранее сообщенное и соединять его с конкретным сообщением в данном отрезке повествования.

Ретроспекция – это «грамматическая категория текста, объединяющая формы языкового выражения, относящие читателя к предшествующей содержательно-фактуальной информации» [1, с. 105]. Брускова Н.В. рассматривала ретроспекцию на примере немецкой художественной литературы. Она дает такое определение этой категории: ретроспекция – это «такое изложение событий, когда последующий отрезок текста отсылает читателя к событиям, имевшим место раньше событий, описанных в предыдущем тексте» [2, с. 23].

По мнению лингвистов, ретроспекция проявляется двояко:

а) когда предшествующая информация уже была изложена в тексте. Например: «... Это - наиболее протяженные периоды торжества социалистических идей в тех или иных странах...» [3, с. 278], – автор отсылает читателя к ранее прозвучавшей информации. Фёдорова Л.Н. такую ретроспекцию называет **отсылочной** [4, с. 24];

б) когда предшествующая информация, необходимая для связи событий сообщается, прерывая поступательное движение текста (происходит перестановка временных планов повествования): «...мы не имеем даже приблизительного представления о значении самопрограммирования в продолжительности жизни человека... **например**, принято считать, что с рождения каждому из нас определен срок, близкий к среднему арифметическому продолжительности жизни матери и отца... а вот роль самопрограммирования в жизни не учитывается...» [3, с. 287]. Здесь поступательное движение текста прервано словом **например**, после которого дается необходимая для понимания мысли автора информация, затем следует фраза-вывод «...роль самопрограммирования в жизни не учитывается...» Данный вид ретроспекции часто характеризуется вводными словами и фразами *например, так, вспомним, к примеру* и т.д.

Ретроспекция создается содержательно-фактуальными данными. Автор произведения, возвращая читателя к ранее сообщенным фактам, придает им какое-то значение, привлекая к этим фактам внимание читателя, заставляя его удерживать в памяти наиболее важные моменты сообщения. Из сказанного можно сделать вывод, что ретроспекция выступает и в роли когезии (связности).

В тексте ретроспекция может быть представлена в трех видах, в зависимости от того, какая прагматическая установка лежит в ее основании:

а) восстановить в памяти читателя ранее данные сведения (отсылочная ретроспекция) или сообщить ему новые, относящиеся к прошлому и необходимые для понимания дальнейшего развертывания повествования (композиционно-текстовая ретроспекция) [4, с. 26];

б) дать возможность переосмыслить эти сведения в новых условиях, в другом контексте, с учетом того, что было сказано до ретроспективной части. Приведем пример: «...Три года назад я писал о феномене парадоксального долгожительства... на ... наблюдения меня натолкнули факты из биографий... известных людей... писатель Олег Волков, прошедший через ад сталинских лагерей, умер 97 от роду... пытаюсь объяснить этот феномен, я сослался на эксперимент (со щенками), описанный в журнале...» [3, с. 285]. Автор дает возможность читателю переосмыслить информацию о феномене долгожительства людей, побывавших в экстремальных условиях, на примере эксперимента со щенками;

в) актуализовать отдельные части текста, опосредованно относящиеся к содержательно-концептуальной информации.

Отсюда понятно, что категория ретроспекции неизбежно влечет за собой некую смену акцентов отдельных частей текста. То, что благодаря разным приемам реализации категории ретроспекции воскресает в нашей памяти, заставляет нас переосмыслить заново значение вспомненного, и то, что казалось второстепенным, часто становится в ряд значимых частей.

Присутствие композиционно-текстовой ретроспекции в тексте ведёт к образованию текстового отрезка, который Л.Н. Фёдорова называет ретроспективной частью повествования [4, с. 30]. Действие отсылочной ретроспекции проявляется в том, что в тексте появляются ретроспективные ссылки или ретроспективные экскурсы. Эти типы ретроспекции отличаются по темпоральной соотносённости с сюжетным временем. Композиционно-текстовая ретроспекция заставляет читателя выйти за рамки сюжетного времени, а отсылочная функционирует в рамках синхронного развития сюжета.

И.Р. Гальперин считает, что «ретроспекция особенно эффективно воспринимается при повторном и многократном прочтении текста. Практически каждый текст в какой-то степени основан на ретроспекции» [1, с. 106]. Действительно, последовательное накопление информации невозможно без удержания в памяти информации, которую читатель получил ранее. Однако ретроспекция как категория текста предполагает целенаправленное действие со стороны автора. Именно автор может заставить читателя вспомнить факты, которые должны быть подвергнуты актуализации.

Ретроспекция может быть объективно-авторской и субъективно-читательской, т.е. она может явиться результатом индивидуального восприятия читательской аудитории или же результатом ссылок автора на предшествующие части текста. Очевидно, что читатель волен мысленно возвращаться к уже прочитанному, в связи с тем что эта информация, осевшая в памяти, оказывается соотносённой с фактами, описаниями? событиями, появляющимися в поступательном движении восприятия текста. Мысленное возвращение к прочитанному ранее обычно является следствием самой композиции текста, которая неизбежно привязывает внимание читателя к тем или иным знакомым (актуализованным) фрагментам текста. Когда же в тексте появляются такие слова и выражения, как *ему вспомнилось, ранее уже упоминалось о том, что..., читатель помнит, что..., ... и опять перед ним проносятся картины прошлого* и т.п., перед нами объективно-авторская ретроспекция.

По мнению Л.Н. Фёдоровой, основной функцией ретроспекции является информативная, которая непосредственно связана с содержательной стороной художественного произведения [4, с. 111]. Текст, организованный как линейная последовательность элементов, не воспринимается линейно. В процессе чтения, понимая текст, читатель адекватно воспринимает содержательно-фактуальную информацию и получает приблизительное представление о его идейной стороне. Субъективно читатель может ретроспективно выделить наиболее существенные для него в данный момент элементы текста. Это объясняется не авторской инициативой, а особенностью нашего мышления, связанного с ассоциативной памятью.

Л.Н. Фёдорова отмечает также, что в зависимости от формы презентации и вида ретроспекции меняется характер соотношения между содержательно-фактуальной и содержательно-концептуальной информацией [4, с. 112]. Композиционно-текстовая ретроспекция является прежде всего средством передачи содержательно-фактуальной информации, которая может переосмысливаться в процессе становления текста. Постепенное расширение фактуальной информации влияет на содержательно-концептуальную. Отсылочная ретроспекция непосредственно связана с процессом переакцентуации и не всегда сопровождается расширением содержательно-фактуальной информации.

Следующей функцией, которую выполняет ретроспекция, является обеспечение целостности и завершенности текста. Текст представляет собой сложное единство многообразных и разнородных элементов, взаимосвязанных и взаимодействующих друг с другом. Целостность текста не конструируется из заранее готовых элементов, она создается по мере развёртывания текста во времени и пространстве. В тексте каждый элемент значим для создания художественного целого.

Таким образом, ретроспекция, способствуя объединению текста в единое смысловое и структурное целое, в то же время является источником последующего развития сюжета.

Л.Н. Фёдорова считает также возможным выделить следующие функции ретроспекции:

- функцию продвижения сюжетного развития;

- функцию замедления сюжетного развития [4, с. 116].

Ретроспективная часть в начале произведения выполняет функцию продвижения сюжета. В этом случае ретроспективный отрезок текста содержит информацию, которая или предопределяет сюжетное развитие, либо намекает на тот или иной поворот в ходе повествования. Например: «...*Время от времени... встречаются публикации, авторы которых вопреки очевидности утверждают, что спор между капитализмом и социализмом еще не завершён!*...» [3, с. 285]. Из этого фрагмента текста сразу видно, о чем будет говорить автор, каковы его взгляды на заявленную тему. Введённый в начале текста ретроспективный отрезок повествования способствует построению художественного пространства, характеризует персонажей произведения. Замедляющая функция ретроспекции не влияет, по мнению Л.Н. Федоровой, на развитие сюжета [4, с. 118]. Как мы видим, в трактовке Л.Н. Федоровой ретроспекция связана, прежде всего, со временем действия, а не с пространством.

Ретроспекция реализуется разными способами, среди которых особое место занимает повтор. Сама ретроспекция – это своеобразный повтор мысли, который, естественно, замедляет движение повествования. Таким образом, ретроспекцию можно рассматривать как паузу, как перерыв континуума повествования для того, чтобы актуализовать ранее изложенное и, нередко, чтобы придать содержательно-фактуальной информации какую-то часть содержательно-концептуальной.

Значение проанализированной категории заключается еще и в том, что она заставляет рассматривать текст с точки зрения прошлого и настоящего [5, с. 98].

Обратимся теперь к категории проспекции. Проспекция (лат. *pro* – перед, *spicere* – смотреть) – это «...грамматическая категория текста, объединяющая различные языковые формы отнесения содержательно-фактуальной информации к тому, о чем речь будет идти в последующих частях текста» [1, с. 112]. Сигналами проспекции являются такие выражения, как *забегая вперед, как будет указано ниже, он и не подозревал, что через несколько дней он окажется, как он будет разочарован, когда узнает, что...*, *дальнейшее изложение покажет, что...* и подобное. Вот пример проспекции в публицистическом тексте: «...*контору, в которой он работал, называть не буду, как и его истинное имя (почему – читатель дальше поймет), но все, что будет рассказано ниже, произошло в действительности...*» [3, с. 298].

Как и ретроспекция, проспекция – один из приемов повествования, который дает читателю возможность яснее представить себе связь и обусловленность событий и эпизодов. Зная о том, что произойдет в дальнейшем, он глубже проникает в содержательно-концептуальную информацию, поскольку настоящее предстает перед ним в несколько ином плане. Брускова Н.В. предлагает считать категориальным признаком проспекции темпоральные скачки, нарушающие линейную последовательность событий и отмечает, что «проспекция является сугубо текстовой категорией, так как признаки ее могут быть реализованы не только и не столько с помощью самостоятельных грамматических средств, а и главным образом с помощью последующего текста, который уточняет значение проспективности текста и помогает определить его функции в структуре всего текста» [2, с. 113].

Различие между ретроспекцией и проспекцией заключается в том, что ретроспекция всегда занимает какое-то место в поступательном движении текста, тогда как проспекция редко вызвана самим ходом сюжетного развёртывания. Однако читатель может предугадать, что последует дальше, в связи с отдельными актуализованными частями текста. Таким образом, подобно ретроспекции, проспекцию тоже можно разделить на объективно-авторскую и субъективно-читательскую.

Случаи проспекции встречаются гораздо реже, чем ретроспекции, и маркеры прошедшего времени гораздо разнообразнее. По мнению И.Р. Гальперина, это можно объяснить тем, что прошедшее время нам значительно ближе и понятнее, чем будущее. Наше сознание воспринимает прошедшие события, явления как уже известные и не представляющие собой загадку [1, с. 112]. Ретроспекция, по мнению Е.В. Морозовой, обладает более точным и конкретным характером проникновения во временные пласты повествования по сравнению с проспекцией [6, с. 20]. При ретроспективном показе событий автор чаще всего относит читателя к определенному отрезку времени, продолжительность которого или же его отдаленность от событий, лежащих в основе сюжетной линии, получает эксплицитное выражение через временные указатели. При проспекции временное перенесение часто носит нечеткий, размытый характер.

Таким образом, проспекция и ретроспекция анализируются, прежде всего, как элементы художественного времени, а не художественного пространства; хотя эти категории текста не являются основными и выделяются не всеми лингвистами, они требуют не менее тщательного изучения, чем, например, цельность и связность, так как через эти категории осуществляется тот процесс, без которого невозможно осмысление происходящего в тексте. Именно они, и особенно ретроспекция, лежат в основе создания эмпирического тезауруса читателя, благодаря которому он в состоянии ориентироваться в текстовом времени.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. - М.: Наука, 1981.
- 2 Брускова Н.В. Категории ретроспекции и проспекции в художественном тексте: дисс... канд. филол. наук. – М., 1983.
- 3 Кохаев Ю.А. Осколки. – Павлодар: НПФ «ЭКО», 2003.
- 4 Федорова Л.Н. Категория ретроспекции в художественном тексте: дисс... канд. филол. наук. – М., 1982.
- 5 Сатаров М.А. Художественное произведение как структура. – М.: Искусство, 1968.
- 6 Морозова Е.В. Грамматическая категория пространственно-временного континуума в художественном тексте: дисс. ... канд. филол. наук. – М., 1984.

REFERENCES

- 1 Gal'perin I.R. Tekst kak ob#ekt lingvisticheskogo issledovaniya. - M.: Nauka, 1981.
- 2 Brusokova N.V. Kategorii retrospekcii i prospekcii v hudozhestvennom tekste: diss... kand. filol. nauk. – M., 1983.
- 3 Kohaev Yu.A. Oskolki. – Pavlodar: NPF «YeKO», 2003.
- 4 Fedorova L.N. Kategoriya retrospekcii v hudozhestvennom tekste: diss... kand. filol. nauk. – M., 1982.
- 5 Satarov M.A. Hudozhestvennoe proizvedenie kak struktura. – M.: Iskusstvo, 1968.
- 6 Morozova E.V. Grammaticheskaya kategoriya prostranstvenno-vremennogo kontinuumu v hudozhestvennom tekste: diss. ... kand. filol. nauk. – M., 1984.

ТҮЙІН

А.Л. Леонидов,

*А.Р. Бейсембаев, филология ғылымдарының докторы
Инновациялық Еуразия университеті (Павлодар қ.)*

Проспекция және ретроспекция категорияларындағы мәтінді қалыптастыру функциялары

Осы мақалада публицистикалық мәтіндер үлгісінде проспекция және ретроспекция сияқты мәтін категориялары қарастырылған, аталған категориялардың лингвистикадағы дәл анықтамалары беріліп, негізгі түрлері және функциялары сипатталған.

Түйін сөздер: мәтін, категория, ретроспекция, проспекция.

RESUME

A.L. Leonidov,

*A.R. Beyssembayev, Doctor of Philological Sciences
Innovative University of Eurasia (Pavlodar)*

Text forming functions in terms of prospection and retrospection

The article, on the example of journalistic texts, considers categories of text such as prospection and retrospection, gives precise definitions, and describes the main types and functions of these categories in terms of linguistic science.

Key words: text, category, retrospection, prospection.

УДК 81-2:811.111:821.111

Т.К. Маняпова, кандидат филологических наук,

А.Н. Алинов

Инновационный Евразийский университет (г. Павлодар)

E-mail: manyap23@mail.ru

Языковые репрезентанты гендерных стереотипов

***Аннотация.** В статье рассмотрены аспекты объективации понятийных признаков концептов «мужчина», «женщина», совокупные образные характеристики и понятийные признаки которых отражают этнические гендерные представления.*

***Ключевые слова:** картина мира, языковая картина мира, концепт, гендер, стереотип, гендерные представления.*

В понятийно-категориальном аппарате многих человековедческих наук (философия, лингвистика, лингвокультурология, психология, психолингвистика и др.) для выражения специфики восприятия и отражения окружающего мира в психике, в сознании, в языке используются единые термины – ‘образ мира’, ‘картина мира’, ‘модель мира’.

В психологии познания психическое отражение/отображение реального мира классифицируется как процесс и результат формирования «образа мира» (термин введен А.Н. Леонтьевым) [1, с. 7]. Образ мира – результат психической деятельности, производной от внешней предметной деятельности, т.к. она «строится по образцу внешней деятельности». Следовательно, «образ мира – отражение в психике человека предметного мира, опосредованного предметными значениями и соответствующими когнитивными схемами, и поддающееся сознательной рефлексии» [1, с. 53-105].

Термин активно используется в арсенале многих наук. Соответственно, статусы картин мира различны – общенаучная, мировоззренческая или философская, научная, и ее разновидности – естественно-научная и частнонаучная картины мира. Через рассмотрение первичных моделирующих систем (языки) и вторичных моделирующих систем (мифы, религии, фольклор, поэзия, проза, кино, живопись, архитектура) картина мира и мировидение изучаются в лингвокультурологическом, лингвокогнитивном, лингвосомиотическом аспектах. Здесь модель мира определяются как «образ мира», и знаковые системы оцениваются по степени отвлеченности и моделирующей способности. По мнению ряда ученых (А.А. Зализняк, В.В. Иванов, В.Н. Топоров), знаковые системы естественных языков занимают промежуточное положение между математической системой (наибольшая степень отвлеченности и наименьшая моделирующая способность) и системой религии (наименьшая степень отвлеченности и максимальная моделирующая способность). Моделирование картины мира в контексте «лингвистического поворота» в гуманитарных науках – истории, социологии, антропологии и др., подтверждает безусловный приоритет языка в методологии человековедческих наук: здесь язык является средством получения знаний о мире. Язык является средством доступа к знанию о нелингвистических феноменах, в том числе является средством постижения механизмов гендерной идентификации и инструментом моделирования гендерного фрагмента картины мира.

В описаниях модели мира через реконструкцию текстов в широком смысле слова исследователи используют семантические оппозиции: близкий – далекий, вертикальный – горизонтальный, верх – низ, видимый – невидимый, восток – запад, дом – лес, земля – вода, небо – земля, освоенный – неосвоенный, правый – левый, свой – чужой, суша – море, юг – север, хорошо – плохо, мужчина – женщина [2, с. 6].

Древние тюрки поклонялись Тенгри – родоначальнику всего человечества, и материнскому божеству Умай – покровительнице детей, семьи, и значит, хранительнице очага. Божество Умай они называли Бай Ана, веря в то, что она способствует установлению благополучия, благоденствия в семье и дарит потомство. Считалось, что ее дух обитает в пещерах, поэтому пещеры были священными. В картине мира казахского этноса круглое пространство – "шартарап", что значит шар. В произведениях устного народного творчества (сказки «Ер Төстік», «Желаяк», «Мыстан кемпір») нашло отражение представление о нижнем, среднем и верхнем мирах [3, с.11].

Картина мира – широкое понятие и, соответственно, определений, приложимых к этому понятию, много. Картина мира может быть национальной, философской, мифологической, обыденной, абстрактной, научной, концептуальной, понятийной, культурной, наивной, языковой. В ряду различных дефиниций картины мира наиболее адекватным является ее определение как «исходного глобального образа мира, лежащего в основе мировидения человека, репрезентирующего сущностные свойства мира в понимании ее носителей и являющегося результатом всей духовной активности человека» [4, с.21-107].

Восприятие явлений внеязыкового реального мира, окружающего человека, формирование системы понятий, категорий, концептов, фреймов и других пакетов структурированных знаний, их вербальная репрезентация неодинаковы у представителей разных этнических сообществ, что обусловлено историческими различиями и хозяйственно-экономическими условиями жизни этих народов, в конечном счете – спецификой развития их общественного сознания. Поэтому мы имеем

основания говорить, что в языковой картине мира разных народов отражены специфические особенности категоризации действительности, объективированные в семантике лексических единиц, в грамматическом строе языка того или иного этнического сообщества.

В настоящей статье предпринята попытка лингвистического описания гендерного аспекта языковой картины мира. Объектом исследования в данной работе является гендерный фрагмент картины мира, отраженной в языковых единицах различного статуса (слово, словосочетание, фразеологизм, поговорка, пословица, поговорка и др.). Предметом исследования являются концепты «мужчина», «женщина», совокупные образные характеристики и понятийные признаки которых выявлены через исследование вербальных репрезентантов данных концептов, так как именно язык «реализует, вербализует национальную культурную картину мира, хранит ее и передает из поколения в поколение» [5].

Языковая картина мира – это исторически сложившаяся в сознании данного языкового коллектива и отраженная в языке совокупность представлений о мире, определенный способ концептуализации действительности посредством языка (В. фон Гумбольдт, Л. Вайсгербер, Э. Сепир, Б. Уорф, Ю.Д. Апресян, В.В. Воробьев).

Своеобразие этнической языковой картины мира отражено и в «языковенных» или отмеченных концептах, и в нелексикализованных оперативных единицах мыслительной деятельности, органический комплекс которых составляет целостную национальную концептосферу.

Концепты – это «многомерные смысловые образования в коллективном сознании, «опредмеченные» в языковой форме», и «разные слои его структуры являются вербализованным результатом культурной жизни разных эпох» [6, с. 18-90]. Единицы языковой системы, репрезентирующие базовые концепты языкового сознания, являются константами этнокультуры (Ю.С. Степанов).

Целостный образ объективного мира состоит из совокупности фрагментов (в том числе и гендерного аспекта) концептуальной картины мира, каждый из которых актуализируется в контексте. Фрагменты формируются из комплекса взаимосвязанных и нестатичных (взаимопревращаемых: слово *аким* и концепт «*аким*») концептов, понятий, представлений.

Гендерные аспекты языка и коммуникации в последнее время привлекают к себе все больше внимания. В современной лингвистике существует целое направление, изучающее гендерный аспект социализации и адаптации языковой личности в контексте этнокультурных поведенческих норм. Культурная обусловленность этнической гендерной системы, феминность и маскулинность как культурные концепты, особенности мужского и женского вербального и невербального поведения, гендерные стереотипы, гендерные аспекты массовой коммуникации и др. изучаются в лингвистической гендорологии.

Ключевым термином гендерной лингвистики является *гендер* (англ. *gender*, от лат. *genus* «род») – социальный или биологический пол, определяющий полоролевое поведение человека в отношении с другими людьми: в кругу родственников, друзей, коллег и др. [7, с. 59].

Терминологический ресурс гендера включают понятия «мужчина» и «женщина» (это термины - резерванты биологических различий) и понятия «мужское» и «женское», основанием которых является комплекс поведенческих стереотипов (в том числе и речевых). (от греч. *stereos* и *typos* – твёрдый, объёмный; знак, отпечаток) – устоявшееся отношение к происходящим событиям, действиям, поступкам и т.д. [7, с. 269-270].

Гендерные стереотипы – сформировавшиеся в той или иной культуре обобщенные представления (убеждения) о речевом и коммуникативном поведении мужчины и женщины. В модели гендерных стереотипов отражены и гендерные роли (мужской/женский поведенческий стиль и нормы), и гендерные отношения, когда половые различия были определяющими в установлении статуса человека и располагались над индивидуальными, качественными различиями личности мужчины и женщины.

Гендер как продукт культуры отражает представления народа о женственности и мужественности, репрезентантами которых являются языковые единицы фольклорных произведений, конвенциональные, ритуализованные обычаи и традиции, поведенческие стереотипы. В коллективном сознании любого народа присутствуют гендерные стереотипы – наивные представления о свойствах и качествах лиц того или иного пола.

Механизмы конструирования гендера как когнитивного феномена, отражающие этнические гендерные представления и гендерные приоритеты, включают широкий арсенал вербальных и невербальных ресурсов: семантический компонент (гендерные предпочтения); лингвистический компонент (языковые средства: прилагательные, обладающие выраженным аксиологическим потенциалом; причастия, обладающие внутренним потенциалом движения; инфинитивы, обладающие внутренним потенциалом императива и т.д.); суггестивный компонент; идентифицирующий компонент, невербальный компонент и др.

Исследования, посвященные гендерной проблематике, направлены на выявление «культурно и общественно обусловленных мнений и предположений о качествах, атрибутах и нормах поведения представителей двух полов и их отражение в языке» [8, с. 98]. В настоящее время динамично развивается гендерное направление и в казахстанской лингвистике. Это связано с изменениями гендерных

стереотипов, ценностных и статусных ориентиров социума по мере развития внутренних и внешних контактов глобализационного основания.

Гендерные стереотипы этнических сообществ сформированы на основе исторически сложившихся представлений о статусе, месте и роли мужчин и женщин в семье и в социуме. Статификация гендерных ролей отражается в социально обусловленных концептах «женщина» и «мужчина» в сознании носителей языка. Таким образом стереотипы мужского и женского гендера закрепляются в доминантных чертах этнической культуры и национального менталитета: в философских системах, в религии, в искусстве, в речевых стереотипах, в символах, в обыденных представлениях.

Гендерные представления андроцентрического характера объективированы в составе семантических компонентов лексем-репрезентантов концепта «мужчина»: в казахском «адам» - человек, Адам – имя мужчины (имя собственное), немецкое «Das Man», французское «Un homme», английское «A man» имеют значение и «человек», и «мужчина». Например: *Атаңның баласы болма, адамның баласы бол* [9].

В казахском андроцентрическом понимании женщина воспринималась как один из необходимых атрибутов жизни человека (мужчины): *Бірінші байлық – денсаулық, екінші байлық – ақ жаулық, үшінші байлық – он саулық. Бірліктен бездіретін де - әйел, сұмдықты сездіретін де - әйел. Жақсы әйел жаман еркекті түзетеді, жаман әйел жақсы еркекті жудетеді.*

Гендерная стратификация социума проявляется в частности в недоступности женщинам высших должностей в иерархии властных структур. Это связано с рядом причин, в том числе внешних (исторически сложившиеся культурные доминанты, социальные барьеры, религиозные установки и др.) и внутренних (нежелание работать на ключевых должностях, психологические барьеры, внутрисемейные традиции и др.) факторов. Например: *Әйел ақылсыз, бақа көріксіз; Үйдің басын қатын қосар, елдің басын батыр қосар; Мужик да собака на дворе, а баба да кошка в избе; Бабе дорога – от печи до порога* [9-11].

Престижные рабочие места, высокий профессиональный статус членов определяют социальный климат в обществе. Сегодня характер и тенденции развития социального климата обуславливаются уравновешенным гендерным позиционированием активных членов социума.

Понятийные признаки концепта «женщина» в составе семантических компонентов лексем-репрезентантов актуализируются в парадигме языковых единиц, отражающих преимущественный статус мужчины. Например: *Алтын басты әйелден бақыр басты еркек артық; Жақсы қатын зейнет, жаман қатын бейнет; У бабы волос долог, да ум короток; Баба блудит, а деду грех.*

Следует обратить внимание на то, что понятийный признак «абсолютное право мужчин над женщиной» восходит к канонам, декларированным религией, общественным и государственным устройством.

Например: *Баба да бес – один у (в) них вес; Куда черт не поспеет, туда бабу пошлет; Где сатана не сможет, туда бабу пошлет; Бабий быт – за все бит; На что мне приказчик, я сам указчик; Без хозяина и товар плачет (товар сирота); Всякий дом хозяином хорош (красится; славится); да убоится жена мужа; шубу бей - теплее, жену бей – милее.*

В отражении признака «семейно-родственные отношения» проявляются особенности отношений мужчин и женщин в системе этнических ценностных координат. В казахском мироустройстве женщина – мать имеет особый статус. Например: *Ананды Мекеге үш арқалап барсаң да, қарызынан құтыла алмайсың; Ағайын – алтау, ана – біреу; Әкесіз жетім – жарты жетім, шешесіз жетім – анық жетім; Асығу – баланың ісі, аттандыру – ананың ісі. Дочь считается гостьей в отчем доме, так как свой настоящий дом она найдет в семье будущего мужа: Қыз – үйдің қонағы.*

Характер понятийного признака «сфера личностного позиционирования» в настоящее время претерпевает существенные изменения. Сохранение независимости, защита страны, расширение границ государства – священный долг и обязанность мужчины, поэтому в разных этнических сообществах статус мужчин (воинов) был высоким. Мотивирующими основаниями особого гендерного статуса мужчин являются древние представления и патриархальные каноны взаимодействия полов, что, в конечном итоге, и предопределяет абсолют представителей мужского пола. Например: *Әйел – үйдің көркі, еркек – түздің көркі; Атадан ұл калса – өзі қалғаны, қыз қалса – ізі қалғаны; Қатын қатты келеді, еркек затты келеді; У кого есть дядька, у того цело дитятко.*

Предназначение женщины – продолжение рода, сохранение связей между поколениями, установление порядка в доме. Например: *Алты ұл тапқан әйелді ханым десе болмас па, аға деген жігітті інім деуге болмас па; Ана сүті бой өсіреді, ана тілі ой өсіреді; Хозяйка лежит – и все лежит, хозяйка с постели – и все на ногах (и все вскочили).*

Отсюда: абсолютная маскулинная представленность в политике, религии, в общественных и государственных органах.

Понятийный признак «качество человека» включает несколько мотивирующих компонентов. Сравните: *Волос долог, а ум короток. Жігітке жеті өнер аз, жетпіс өнер көп емес; Қыз еркем кестесімен көркем, ұл еркем өнерімен көркем; Жақсы әйел жаман ерін хан қылады, жаман әйел жақсы ерін даң қылады.*

Признак «экономическая состоятельность и независимость мужчины/женщины» в настоящее время является одним из индикаторов социального статуса и успешности личности.

Если раньше во многих обществах было принято считать, что мужчина реализует себя как личность в расширенном пространстве: в обществе, на государственной службе и т.д., а женщина – в ограниченном пространстве семьи, то сегодня ситуация иная. В настоящее время границы «женского» пространства значительно расширились, а профессиональная компетентность, деловые качества, лидерские способности женщин воспринимаются обществом не как частный случай.

Актуальными направлениями лингвистической гендерологии являются исследования, посвященные рассмотрению отражения гендера в языке (номинативная система, лексикон, синтаксис, категория рода и ряд сходных объектов), речевое и в целом коммуникативное поведение, механизмы конструирования гендерных смыслов, влияние экстралингвистических факторов на процесс манифестации в языке гендерных различий (религия, социальные факторы, коммуникативная среда) с позиций теории социокультурного детерминизма и теории биодетерминизма.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1 Леонтьев А.А. Языковое сознание и образ мира // Тезисы IX Всесоюзного симпозиума по психолингвистике и теории коммуникации «Языковое сознание», Москва, 30 мая – 2 июня 1988г. – М.: Институт языкознания АН СССР, 1988. – С. 4-8.

2 Иванов Вяч.Вс. Чет и нечет. Асимметрия мозга и знаковых систем. – М.: «Советское радио», 1978. – 185 с.

3 Артыкбаев Ж. Этнология и этнография. – Астана: «Фолиант», 2001. – 304 с.

4 Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. – М.: Слово/SLOVO, 2000.

5 Телия В.Н. О методологических основаниях лингвокультурологии. // XI Международная конференция «Логика, методология, философия науки». – Москва - Обнинск, 1995. – 399 с.

6 Степанов Ю.С. Константы: Словарь русской культуры. Опыт исследования. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1997. – 824 с.

7 Қалиев Ф. Тіл білімі терминдерінің сөздігі. – Алматы: «Орнак» ЖШС, 2012. – 388 б.

8 Кирилина А.В. Гендер: лингвистические аспекты. – М.: Изд-во «Институт социологии РАН», 1999. – 180 с.

9 Малайсарин Ж. Қазақ мақал-мәтелдері. – Алматы: Ана тілі ЖШС, 2003. – 180 с.

10 Фелицина В.П., Прохоров Ю.Е. Русские пословицы, поговорки и крылатые выражения. Лингвострановедческий словарь / Под ред. Е.М. Верещагина, В.Г. Костомарова. – М.: Русский язык, 1980. – 240 с.

11 Пермяков Г.Л. 300 общеупотребительных русских пословиц и поговорок (для говорящих на немецком языке). – М.: Русский язык, 1985. Пословицы и поговорки народов Востока: системат. собр. изреч. двухсот народов. – М.: Наука, 1979. – 171 с.

REFERENCES

1 Leont'ev A.A. Yazykovoe soznanie i obraz mira // Tezisy IX Vsesoyuznogo simpoziuma po psiholingvistike i teorii kommunikacii «Yazykovoe soznanie», Moskva, 30 maya – 2 iyunya 1988g. – M.: Institut yazykoznaniiya AN SSSR, 1988. – S. 4-8.

2 Ivanov Vyach.Vs. Chet i nech. Asimetriya mozga i znakovyh sistem. – M.: «Sovetskoe radio», 1978. – 185 s.

3 Artykbaev Zh. Yetnologiya i yetnografiya. – Astana: «Foliant», 2001. – 304 s.

4 Ter-Minasova S.G. Yazyk i mezhkul'turnaya kommunikaciya. – M.: Slovo/SLOVO, 2000.

5 Teliya V.N. O metodologicheskikh osnovaniyah lingvokul'turologii. // XI Mezhdunarodnaya konferenciya «Logika, metodologiya, filosofiya nauki». – Moskva – Obninsk, 1995. – 399 s.

6 Stepanov Yu.S. Konstanty: Slovar' russkoy kul'tury. Opyt issledovaniya. – M.: Shkola «Yazyki russkoy kul'tury», 1997. – 824 s.

7 Қалиев Ф. Тіл білімі терминдерінің сөздігі. – Алматы: «Орнак» ЖШС, 2012. – 388 б.

8 Kipilina A.V. Gendep: lingvicticheckie aspekyt. – M.: Izd-vo «Inctityt cocilogii PАН», 1999. – 180 c.

9 Malaysarin Zh. Қазақ мақал-мәтелдері. – Алматы: Ана тілі ЖШС, 2003. – 180 с.

10 Felicina V.P., Prohorov Yu.E. Russkie posloviцы, pogovorki i krylatye vyrazheniya. Lingvostranovedcheskiy slovar' / Pod red. E.M. Vereshhagina, V.G. Kostomarov. – M.: Russkiy yazyk, 1980. – 240 s.

11 Permyakov G.L. 300 obshheupotrebitel'nyh russkih poslovic i pogovorok (dlya govoryashhih na nemeckom yazyke). – M.: Russkiy yazyk, 1985. Poslovicy i pogovorki narodov Vostoka: sistemat. sobr. izrech. dvuhsot narodov. – M.: Nauka, 1979. – 171 s.

ТҮЙІН

Т.К. Маняпова, филология ғылымдарының кандидаты,

А.Н. Алинов

Инновациялық Еуразия университеті (Павлодар қ.)

Гендерлік таптаурындардың тілдік репрезентанттары

Мақалада «ер адам» және «әйел адам» концептілерінің ұғымдық сипаттарының шыңдалу аспектілері, этностың жалпы гендерлік түсініктерін білдіретін бейнелі сипаттамалар және ұғымдық көрсеткіштері қарастырылған.

Түйін сөздер: *әлем бейнесі, әлемнің тілдік бейнесі, концепт, гендер, таптаурын, гендерлік түсініктер.*

RESUME

T.K. Manypova, Candidate of Philological Sciences,

A.N. Alinov

Innovative University of Eurasia (Pavlodar)

Language representatives of gender stereotypes

The article considers aspects of objectification of conceptual features of such concepts as "man", "woman", cumulative figurative characteristics and conceptual features of which reflect ethnic gender representations.

Keywords: *world picture, language picture of the world, concept, gender, stereotype, gender – based persecution.*

УДК 81: 316.472.47

Т.К. Маняпова, кандидат филологических наук,

О.С. Федосимова

Инновационный Евразийский университет (г. Павлодар)

E-mail: teli_fantazy@mail.ru

Языковые особенности и web-дизайн социальных сетей

Аннотация. *В данной статье описаны функциональные характеристики социальных сетей и выявлены факторы их успешности и долгосрочной конкурентоспособности. Кроме того, на основе исследования материалов известных сетей представлена лингвопрагматическая классификация языковых и коммуникативных процессов в социальной сети, охарактеризованы принципы современного web-дизайна.*

Ключевые слова: *социальная сеть, язык, коммуникация, Интернет-стиль, гипертекст, дизайн, конверсия.*

Уникальные возможности Интернета как хранилища информационных данных по различным предметным областям человеческой деятельности и как канала коммуникации нельзя переоценить. Если в самом начале своего развития всемирная сеть предлагала средства коммуникации, позволяющие связывать друг с другом собеседников из разных точек земного шара, то сегодня в ее арсенале гораздо больше средств, сервисов и услуг (в том числе и социальных сети), которые прочно вошли в нашу жизнь и изменили ее [1].

В свободной энциклопедии общего пользования представлено следующее определение: социальная сеть (англ. social network) – социальная структура, состоящая из группы узлов, которыми являются социальные объекты (люди или организации), и связей между ними [2].

Социальная сеть – это виртуальная сеть, высокий рейтинг которой обусловлен следующими функциональными характеристиками:

- оперативность коммуникационных каналов;
- контактоустанавливающий потенциал сервисного обслуживания;
- информативный потенциал ресурсов, установленных на сайтах глобальной сети.

Условный классификатор социальных сетей в зависимости от целевых установок и предназначений включает: а) сети для поиска людей: одноклассников, однокурсников, коллег и других людей (Одноклассники.ру, ВКонтакте); б) бизнес-сети для поиска работы, партнёров, профессионального общения и других деловых вопросов (МойКруг, NUR.kz); в) сети для удовлетворения информационных ожиданий и запросов разных социальных слоёв населения по творческим интересам, по новостным и развлекательным контентам профессионального и любительского наполнения: видео, аудио, фотоматериалы (news2.ru, YouTube, Last.fm, FiXX.RU).

Такие возможности Интернета, как оперативность, быстрота и доступность связи между пользователями на дальних и близких расстояниях, позволяют использовать его не только как инструмент для познания, но и как инструмент для общения.

В связи с этим актуализируются вопросы технологического решения сетевых конструктов и проблемы языковой коммуникации: поиск новых языковых средств, семантическая трансформация языковых единиц и т.д.

В Интернет-пространстве наблюдаются активные языковые и коммуникационные процессы:

- переход сленга, выработанного пользователями Интернета, в общеупотребительную лексику;

- возрождение эпистолярного жанра в виде электронной переписки, что отражается в специфике отбора и употребления языковых средств;

- приближение коммуникации к игре, чему способствуют игровые условия виртуального пространства, на уровне языка это проявляется в использовании языковых единиц и конструкций устной разговорной речи на сайтах не только развлекательного содержания;

- трансформация структурно-содержательных компонентов текста: в Интернет-коммуникации условный образ коммуниканта в комплексе всех интенциональных и языковых составляющих равен тексту, что особенно ярко проявляется в чатах, где реализуется базовое стремление человека к творческому самовыражению;

- интенсивное развитие интертекстуальности текста;

- широкое использование гипертекста.

Эти и другие процессы отражают новый способ мышления и изменение языкового сознания личности в Интернет-пространстве, что объективируется в формировании нового, сетевого образа жизни и мышления [3].

Сегодня язык коммуникации в виртуальном пространстве, стиль Интернет-общения и письменная фиксация разговорной речи стали предметом междисциплинарных лингвистических исследований. Научные разработки связаны с выявлением особенностей влияния виртуального общения на язык в целом, определением языковых особенностей Интернет-общения, отличных от характерных признаков письменной речи, хотя коммуникация между виртуальными «собеседниками» происходит в письменной форме.

Несмотря на ограниченность средств эмотивного предназначения для выражения чувств и эмоций, Интернет-стиль имеет множество ресурсов, которые используются только в данной форме языковой деятельности. Главной особенностью Интернет-общения является то, что общение происходит в реальном времени при отсутствии собеседника, в формате так называемой «растворенной телесности». Следовательно, нет возможности для использования невербальных средств коммуникации, таких как интонация, логическое ударение, темп, паузы и др. Вспомогательные средства заменяются так называемыми смайлами, которые символизируют те или иные чувства: радость, удивление, огорчение, злость и др. Для обозначения логического ударения используют Caps Lock (написание фразы или части слова заглавными буквами), выделяя таким образом нужное слово для компенсации тембра и акцентирования в виртуальном общении.

Основные характеристики языка социальных сетей: спонтанность, неподготовленность, линейность, ведущая как к экономии, так и к избыточности речевых средств; реализация речевого акта в письменной форме, непосредственность Skype-общения и т.д.

Освоение Рунета сопровождается интенсификацией процессов в языке на разных уровнях его системы: в фонетике, лексике, словообразовании, морфологии, синтаксисе и стилистике. Данная интенсификация обусловлена общей спецификой виртуального пространства и конкретными особенностями условий его освоения в странах СНГ. Русский язык существует в Интернете в основном в письменном варианте, но в условиях интерактивной сетевой коммуникации темп речи приближен к устной её разновидности.

Сегодня мы можем говорить о новой форме языкового взаимодействия – письменной разговорной речи. Функцию эмотивных конструкций выполняют «смайлики», которые помогают собеседнику выразить экспрессивно-эмоциональную окраску высказываний. Обоснование термина *письменная разговорная речь* содержится в публикации Л. Буториной, посвященной Интернету как лингвистическому феномену. С точки зрения автора, письменная разговорная речь определяется как своеобразная смесь письменного литературного и устного разговорного языка. Однако, по мнению ряда исследователей, данное явление следует рассматривать более глобально не как смесь, а как «новый функциональный подстиль» [4].

В определении соотношения разговорной речи и литературного языка Е.А. Земская, Ю.М. Скребнев и др. полагают, что разговорная речь противопоставлена кодифицированному литературному языку.

О.А. Лаптева рассматривает ее как разновидность литературного языка, Г.Г. Инфантова - как особый стиль. Автоматическое воспроизведение в устной речи стереотипных языковых конструкций, фразеологических оборотов, разного рода штампов, т.е. стандартизированных языковых средств, соответствующих определенным речевым ситуациям, свидетельствует об ограниченной «свободе» говорящего [4]. Мы видим, что использование готовых языковых конструкций возможно и в заранее неподготовленной устной речи, и в кодифицированной речи.

Определение статуса термина «письменной разговорной речи» – вопрос дискуссионный, но не вызывает сомнений уникальность данного лингвистического феномена. С точки зрения Г.А. Трофимовой, любой чат/сайт, ярко высвечивая «пробелы в орфографической, пунктуационной и стилистической грамотности его создателей, участников или пользователей», демонстрирует отличия Интернет-речи от литературных норм на всех языковых уровнях:

- на уровне фонетики – отражение на письме фонетических особенностей языка коммуникантов (чѐ, токо, щас, ваще), отражение интонационной и эмоционально-экспрессивной окраски фразы за счет знаков-«смайликов», через обозначение растянутых гласных (ну-у-у-у, не зна-а-аю я!).

- на уровне лексики – частотность употребления просторечной, грубо-просторечной лексики, жаргонизмов, окказионализмов, распространенных в среде пользователей Интернет: забанить, хакнуть, отмодерасить; макаронизмов: «хай, пипл, как дела?» (люди), «как твоя джоб - движется?» (работа), «пысы» (P.S.);

- на уровне грамматики – употребление конструкций, приближенных к разговорным и т.д. [4].

Особой динамичностью характеризуется процесс пополнения лексического фонда языка Интернет. Важнейший источник – набор словообразовательных моделей. Значительный объем материала, несмотря на сравнительно краткий срок существования феномена русскоязычного Интернета - Рунета, позволяет сделать выводы о наиболее продуктивных словообразовательных моделях.

Как правило, в основе каждого словообразовательного гнезда лежит заимствование или калькирование англоязычной корневой морфемы. Заимствуются не только морфемы, но и аббревиатуры, которые затем занимают место корневых морфем. Далее процесс словообразования идет в соответствии с правилами русской словообразовательной системы.

Продуктивные словообразовательные модели: словосложение, суффиксация, префиксация и т.д. По мнению ряда исследователей, существует тенденция к широкому использованию просторечных словообразовательных моделей. В результате появляются глаголы «ультра мгновенного» действия: кликнуть, хакнуть, апгрейднуться, банить, флудить, коннектиться, офлайнный и т.п.

Корпус языковых единиц активного использования составляют новообразования словообразовательной модели с заимствованным элементом – корневой морфемой или аббревиатурой в латинской графической форме плюс компонент в кириллической графике: chatланит, FTP-сервер, MIDI-контроллер, GIF-анимация, web-дизайн.

Суффиксы, продуктивные в общелитературном языке, при словообразовании для наименований лиц, машин и устройств по виду выполняемой ими деятельности, используются для образования наименований программных продуктов. Активны, в частности, заимствования с суффиксом -ер: браузер, мейлер, спаммер.

В ходе заимствования форма нового заимствованного слова может быть образована по принципу уподобления форме другого слова. Например: заимствованное английское обозначение электронной почты - e-mail (э-мейл, сокращенно мейл) часто фигурирует в сетевых чатах как *мыло*. Например, *сбрось фотку мне на мыло* означает *отправь мне фотографию по электронной почте*.

В некоторых словообразовательных моделях используются исконные корневые морфемы. В частности, универбация с суффиксом -к(а). К примеру, «программа для перелистывания страниц» – «листалка», «программа для осуществления телефонных звонков» – «звонилка», «аська».

Усечение как словообразовательная модель используется «по морфемному шву» – явление регрессивной деривации. Однако морфемный шов – не обязательное место усечения: «скопируй программу» – «скачай прогу».

Активно используются в качестве исходного элемента словообразовательных гнезд синонимы понятия «Интернет» как заимствованные, так и исконные: Интернет, веб и сеть. Они дают следующие ряды производных: Интернет-технология, Интернет-кафе, интернетчик, по-интернетски, веб-дизайн, веб-узел, веб-сайт, вебовский; сетянин, сетеголовый, сетеголик, сетевик и т.п.

У слова *Интернет* и его производных еще не окончательно устоялась парадигма склонения. Отдельные пользователи Интернета, ориентирующиеся на нормы английского языка, продолжают воспринимать слово *Интернет* как несклоняемое существительное женского рода.

Сегодня парадигма склонения мужского рода перестанет вызывать возражения, она регламентируется нормами русского языка.

Пополнение словарного состава происходит также за счет лексико-семантических изменений без изменений на морфемном уровне. Параллельно с заимствованием преимущественно англоязычных слов для передачи новых понятий развиваются новые значения и у слов исконно русских.

Например, слово *страница* приобретает новое значение, синонимичное значению заимствованного из английского языка слова *сайт* или *Интернет-сайт*, слово *мыло* приобрело новое значение – *электронная почта*.

Среди других явлений лексико-семантического уровня можно отметить активное использование аббревиатур и акронимов. Они являются неотъемлемым атрибутом диалогов в реальном времени (в чатах и дискуссионных группах).

Еще одной особенностью языка Интернет-пространства можно назвать *Ruglish* – язык для неформальной переписки по электронной почте, когда по причине ограниченности технических возможностей русскоязычные тексты передаются латиницей или с включением английских вкраплений. В таких случаях использование того и другого алфавита, т.е. выбор языка, зависит от коммуникативных интенций пользователей.

Интернет – это одна из сфер функционирования русского языка, в которой проявляется общая тенденция демократизации и упрощения общения при минимализации языковых средств. Эта тенденция проникает и в сферу деловых отношений (см. официально-деловые документы, создаваемые и существующие в формате онлайн), значительно облегчая официальные стандарты деловой переписки.

В Интернете социальная сеть – это программный сервис, площадка для взаимодействия людей в одной группе или в нескольких группах. Наиболее популярные – ресурсы «MoiKrug.ru», «Odnoklassniki.ru», «Vkontakte.ru»; менее успешные проекты – «Odnoklassniki.km.ru», «Vspomni.ru», а также блоги «LiveJournal», «LiveInternet», «Блоги@Mail.ru», «Diary.ru», «LovePlanet», «BeOn Гость», «LTalk Гость», «Рамблер-Планета», востребованность которых среди пользователей снизилась из-за появления социальных сетей «Odnoklassniki.ru» и «Vkontakte.ru».

Главной особенностью сервисов нового поколения является наличие широкого набора поисковых инструментов (поиск контактов для получения нужной информации, для установления связей между людьми, между людьми и организациями). При помощи инструментов социальной сети каждый ее пользователь может создать свой виртуальный портрет.

Успешность и конкурентоспособность сети среди множества других социальных сетей обуславливается следующими факторами:

- содержание и структура контентов;
- техника дизайнерских и цветовых решений;
- сетевой маркетинг и менеджмент.

Продуманный веб-дизайн способствует выработке определенного имиджа сети в мировой паутине и повышению популярности среди подписчиков. Разработка дизайна – сложная задача по оформлению портала как прибыльного и комфортного сетевого продукта. Повышение конверсии, расширение аудитории зависит от современного дизайна, хорошо продуманной навигации и удобного доступа к сервисам портала.

Статусность социальной сети выявляется при решении проблем ре-дизайна портала, улучшения юзабилити и повышения конверсии. Разработка уникального стиля для ускорения восполнения затратной части сетевого содержания, для повышения отдачи, для сохранения действующей и привлечения потенциальной аудитории требует внедрения принципиальных нововведений по навигации и юзабилити, максимального использования рекламной составляющей сети.

Современный веб-дизайн базируется на принципах акцентирования, контраста, балансировки, выравнивания, повторения и учета комфортности восприятия. Акцентирование – это подчеркивание особой важности или значимости какого-либо элемента. Контрастирование – это визуальная дифференциация двух и более элементов. Элементы с высокой степенью контрастирования выглядят четкими и обособленными, в то время как элементы с низкой степенью контрастирования теряют очертания. С учетом принципа балансировки элементы располагаются в соответствии с общим распределением визуальной нагрузки в рамках веб-страницы. В органичном и уравновешенном дизайне группирование элементов создает оригинальную визуальную композицию.

Выравнивание – это упорядочение элементов таким образом, чтобы они максимально близко подступали к естественным линиям или границам, которые они образуют. Инвентаризация и унификация элементов, предполагающая неоднократное использование в дизайне одних и тех же элементов разными способами, может выражаться во множестве форм, включая использование того же цвета, очертаний, линий, шрифтов, изображений и общего подхода к стилизации. Восприятие при визуальном ознакомлении с элементами дизайна зависит от того, на чем дизайнер сделал акцент и в какой мере он обеспечил контрастирование элементов между собой. Восприятие зависит от того, как скомпонованы все элементы страницы [5].

Таким образом, к факторам, влияющим на статусность и социальную востребованность социальной сети, относятся:

- единый дизайн, что обуславливает узнаваемость и продвижение торговой марки;

- автономное техническое сосуществование дизайна и структурно-содержательного компонентов сайта, которые должны связываться только концептуально, технически они должны быть независимы друг от друга;
- максимальное использование оригинальных вербальных и невербальных ресурсов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Социальные сети и виртуальные сетевые сообщества / отв. ред. Верченев Л.Н., Ефременко Д.В., Тищенко В.И. – М.: ИНИОН РАН, 2013. – 360 с.
- 2 Социальные сети. – Режим доступа: http://ru.wikipedia.org/wiki/Социальная_сеть
- 3 Виноградова Т.Ю. Специфика общения в Интернете // Русская и сопоставительная филология: Лингвокультурологический аспект. – Казань, 2004. – С. 63-67.
- 4 Валиахметова Д.Р. Письменная разговорная речь в контексте особенностей Интернет-дискурса // Бодуэновские чтения: Бодуэн де Куртенэ и современная лингвистика: Труды и материалы. Междунар. науч. конф. В 2 т. / Под общ. ред. К.Р.Галиуллина, Г.А. Николаева. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2001. – Т. 2. – С. 7-9.
- 5 Бородаев Д.В. Веб-сайт как объект графического дизайна: монография. – Харьков: Септима ЛТД, 2006. – 288 с.

REFERENCES

- 1 Social'nye seti i virtual'nye setevye soobshhestva / otv. red. Verchenov L.N., Efremenko D.V., Tishhenko V.I. – M.: INION RAN, 2013. – 360 s.
- 2 Social'nye seti. – Rezhim dostupa: http://ru.wikipedia.org/wiki/Social'naja_set
- 3 Vinogradova T.Ju. Specifika obshhenija v Internete // Russkaja i sopostavitel'naja filologija: Lingvokulturologicheskij aspekt. – Kazan', 2004. – S. 63-67.
- 4 Valiahmetova D.R. Pis'mennaja razgovornaja rech' v kontekste osobennostej Internet-diskursa // Bodujenovskie chtenija: Bodujen de Kurtenje i sovremennaja lingvistika: Trudy i materialy. Mezhdunar. nauch. konf. V 2 t. / Pod obshh. red. K.R.Galiullina, G.A. Nikolaeva. – Kazan': Izd-vo Kazan. un-ta, 2001. T. 2. – S. 7-9.
- 5 Borodaev D.V. Veb-sajt kak ob#ekt graficheskogo dizajna: monografija. – Har'kov: Septima LTD, 2006. – 288 s.

ТҮЙІН

Т.К. Маняпова, филология ғылымдарының кандидаты,

О.С. Федосимова

Инновациялық Еуразия университеті (Павлодар қ.)

Әлеуметтік желілердің тілдік ерекшеліктері және web-дизайны

Осы мақалада әлеуметтік желілердің функциялық сипаттамалары бейнеленген және олардың табыстылығы мен ұзақ мерзімді бәсекеге қабілеттіліктерінің факторлары айқындалған. Сондай-ақ белгілі желілердің материалдарын зерттеу негізінде әлеуметтік желілердегі тілдік және коммуникативтік процестердің лингвопрагматикалық жіктелімі ұсынылған, заманауи web-дизайнның принциптері сипатталған.

Түйін сөздер: *әлеуметтік желі, тіл, қарым-қатынас, Интернет-стиль, гипермәтін, дизайн, конверсия.*

RESUME

T.K. Manyapova, Candidate of Philological Science,

O.S. Fedosimova

Innovative University of Eurasia (Pavlodar)

Language features and web design of Social networks

The article describes functional features of social networks and determines success factors and long-term competitiveness. In addition, based on the study of materials of well-known networks it is presented linguopragmatic classification of language and communication processes in the social network, characterized by the principles of modern web-design.

Key words: *Social network, language, communication, Internet-style, hypertext, design, conversion*

ЭОЖ 81:512.122**Д.Д. Темірбаева**

Инновациялық Еуразия университеті (Павлодар қ.)

E-mail: din2304@mail.ru

Сәбит Дөнентаев поэзиясындағы әйел бейнесі

***Аннотация.** Мақалада «әйел» концептісіне мінездеме беріледі. Автор С. Дөнентаев поэзиясы негізінде «әйел» концептісін қарастырып, когнитивтік моделіне, концептілік құрылымына сипаттама жасайды.*

***Түйін сөздер:** когнитивтік лингвистика, концепт, концептілік құрылым, когнитивтік модель, фрейм, ойсурет, коннотека, сценарий.*

Қазіргі лингвистикада концептуалды зерттеулер негізгі екі бағыттың – когнитивтік лингвистика мен лингвомәдениеттанудың шеңберінде белсенді түрде жүргізілуде. Көптеген концептуалды зерттеулер нәтижесі мен анықтамаларын саралап, когнитивтік лингвистика да лингвомәдениеттану да – тіл білімінің антропоцентристік бағытқа сүйенген салалар.

Антропоцентристік парадигма – зерттеуші қызығушылығының таным объектісінен субъектіге ауысуын, яғни тілдегі адам мен адамды тілде талдап жіктейді [1, 6 б]. Яғни қазіргі лингвистикада когнитивтік лингвистика мен лингвомәдениеттану антропоцентристік парадигма бағытында жұмыс істеуде.

Лингвистикалық тарихнамада формалды түрде когнитивтік лингвистиканың дара лингвистикалық бағыт ретінде пайда болуын, 1989 жылы Дуйсбургтегі (ГФР) ғылыми конференцияда когнитивтік лингвистиканың ассоциациясының құрылатыны жарияланған кезді атайды. Когнитивтік лингвистиканың қалыптасуына Дж. Лакофф, Рональд Лангакер, Рэй Джакендофф, В. Гумбольдт, Э. Кассирер, Л. Витгенштейн, Дж. Миллер, Ф.де Соссюр, И.А. Бодуэн де Куртенэ, Э. Сепир, Б. Уорфтың және т.б. ғалымдардың еңбектерінің ықпалы күшті болды. Когнитивтік лингвистиканың мәселелерінің дамуы мен осы авторлардың еңбектері егжей-тегжейлі толық түрде Е.С. Кубрякованың (Кубрякова, 1994, 1997, 1999, 2004) еңбектерінде сипатталған. Е.С. Кубрякованың еңбектері орнықты болып, Ресейдегі когнитивтік лингвистиканың негізі болып қаланды [2, 10 б.]. Орыс тіл білімінде когнитология мәселелерімен Л. Вайсгербер, Ю. Степанов, В. Телия, У. Кубрякова, Ю. Апресян, Ю. Караулов, Д. Лихачев, В. Демьянков, М. Минский, Н. Жинкин, И. Гальперин, В. Маслова т.б. ғалымдар шұғылданған.

Қазақ тіл біліміне келетін болсақ когнитивтік лингвистика бағытындағы ізденістерді А.Байтұрсынов, Ж.Манкеева, Б.Қасым, А.Ислам, Э.Оразалиева, С.Жапақов, Г.Зайсанбаева, Н.Аитова, Ж.Саткенова, Ж.Жанпейсова, Ж.Исаева, С.Жиренов, Ш.Мажитаева, С.Кенжеғалиев, Ә.Шадыкенов т.б. еңбектерінен көруге болады.

Адамның белгілі бір қасиетін, мінез-құлқын, белгісін сипаттау тілдік жүйеде және жазушы мен сөйлеуші аталған тілді тұтынушылардың өмір сүру жағдайына, мәдениетіне, салт-дәстүріне, әдет-ғұрпына, дүниетанымы, таным-талғамына, күнделікті тұрмыс пен өмір тәжірибесінде бұрыннан қалыптасқан түрлі зат, құбылыстармен байланысты. Яғни тілден халықтың рухани және материалдық мәдениетінің іздерін байқауға болады.

Ал кез келген деңгейдегі тілдік элементтер тек қана мәтін жүйесінде эмоциялы әсер ете алады. Осындай «өзіне тән эстетикалық коммуникацияның бірліктері ретіндегі көркем мәтіннің ерекшелігі оның жалпы адамға қатысты ортақтылығы (антропоцентричность), яғни әлем тану мен оның көрінуі әдебиет шығармасында ең алдымен адамның танымына бағытталады, ал берілген көркемдік оқиғалар оның жан-жақты көрінісінің әдістері болып есептеледі [3, 33 б.].

Зерттеудің негізгі мақсаты – ХХ ғасырдың бас кезінде демократтық, ағартушылық әдебиетінің көрнекті өкілдерінің бірі жерлесіміз Сәбит Дөнентаевтың өлеңдеріндегі «әйел» концептісін сипаттайтын көрінісі анықталды.

Зерттеуші В.А. Маслова концептілерді жеке тұлғалық концептілер, адамдардың жас ерекшеліктеріне байланысты концептілер, жалпы ұлттық концептілер деп бөлсе, Р.М. Фрумкина тілдік жүйедегі концептілерді эмбебап концептілер және ұлттық-мәдени мәнге ие концептілер деп ажыратады [1, 41 б.].

Мәңгілік тақырыптардың бірі – әйел мәселесі қоғамдық ғылымдардың ішінде, негізінен, қазақ әдебиеттануында көркем шығармалардағы әйел бейнесіне қатысты зерттеулерде кездеседі. Қазіргі кезде «әйел» концептісіне арналған зерттеулер когнитивтік лингвистикада жеткіліксіз зер салынады. Осыған орай мақалада Сәбит Дөнентаев өлеңдеріндегі «әйел» концептісін тілдік тұрғыдан тұңғыш рет зерттеліп отыр.

Адам дамуының әр кезеңінде әйелге тән қасиеттердің мәнін, «әйел» концептісін түсіну бір жақты болған жоқ. Дәстүрлі, ескі салттарға лайықты әйелге тән қасиеттер сыртқы сымбаттылығымен, жуастылығымен, тәуелділікпен, тіл алғыштығымен байланысты болып келеді. Әйел, бір жағынан, әлсіз

еріксіз жан, өз бетінше шешім қабылдай алмайтын, нәзік пен сүйкімді ретінде көрінсе, екінші жағынан, әйел – болмысынан сезімтал, сұлулыққа сергек, әсемдік иесі болып табылады. Көркем туындыларда әйел бейнесін мүсіндеп, әйел сипатын бейнелегенде ұлттық салт-дәстүрдің, әдет-ғұрыптық ерекшеліктерімен бірге рухани дүниенің сырлары, эстетикалық сезімдері, ұлттық таным, болмыс, тәлім-тәрбие ерекше орын алады. Қазақ әйелінің бағасы мен сипатын, қадір-қасиетін дәл тауып, оны өзінің даналық сөздері, мақал-мәтелдері арқылы өрнектеп, ұрпақтарына мирас етуші халқымыздың бітім-болмысы, тұрмыс-тіршілігі, асылы мен жасығы туралы көзқарасы аталған теңдессіз мұраларында айқын көрініс тапқан. Мысалы, «*Әйелдің әйелден артықшылығы – мінезінде*», «*Көріп алған көріктіден – Көрмей алған текті артық*», «*Қыз мінезді келсін, ұл өнерлі келсін*», «*Жақсы әйел жаман еркекті адам қылады, жаман әйел жақсы еркекті надан қылады*», «*Жақсы әйел өміріңді ұзартады, жаман әйел үстіңе тұз артады*» дейді халық даналығы. Сол сияқты С. Дөнентаев өлеңдерінде де «әйел» концептісін білдіретін бірліктердің ұлттық дүниетанымға сай берілгені аңғарылады.

Қазақ тілінің түсіндірме сөздігінде «әйел» сөзінің 2 анықтамасы көрсетілген:

- 1) Адам баласының ұрғашы жыныстылары;
- 2) Жұбай, зайып [4, 592 б.].

Ана тілімізде «әйел» сөзінің сөздікте көрсетілген екінші мағынасына сәйкес келетін жар, нақ сүйер, сүйіктісі, алғаны, қосағы деген сөздердің қолданылатыны белгілі. «Алғаны» сөзінің қолданылуы ақын-жыраулар шығармасы мен XVI-XVIII ғасырлардағы оқиғаларды бейнелейтін тарихи романдар тілінде байқалады. Мысалы: *Алғаның жақсы болса қара жердей, Жақсыменен сырлассаң, шыққан өрдей* (Шал ақын. Бес ғасыр жырлайды); – *Алғанымай! Бізді кімге қалдырып кеттің! Сабағыңнан үзді ау! Сорлатты ау! Сормаңдай боп қалдым ау!* (С. Сматаев. Елім-ай).

Сонымен қатар өткен ғасыр басындағы алғашқы қазақ романдарында «жамағат» сөзінің «әйел, зайып» мағынасында жұмсалғанын М.Дулатовтың «Бақытсыз Жамал» романынан кездестіруге болады: *Бірақ мал жағынан көңілі қош болса да, Сәрсенбайдың жамағаты Қалампыр ғұмырында бала көтермей, бұл екеуі балаға мұқтаж еді.*

Абайдың реалистік дәстүрін берік ұстанған, өз дәуірінің өзекті мәселелеріне үн қосқан С.Дөнентаевтың өлеңдерінде қазақ әйелінің сыртқы сыр-сымбаты мен ішкі рухани әлемінің бір үйлесімділікте болғаны жиі жұмсалғаны байқалады. «Сымбаттылық» концептісі Сәбит Дөнентаевтың суреттеуінде былай көрінеді [5]:

Нұрлы жүз, көркем мінез қарындасқа,

Арнап сөз лайық емес жазылмасқа.

«Сымбаттылық, сұлулық» адамзат баласына ортақ категория болғанымен, оның эталоны әр халықта әр түрлі. Еуропада, әлемдік деңгейде өткізілетін сұлулық байқауларында қатысушы арулардың сыртқы келбеті мен сыр-сымбатына мән беріледі. Сәбит Дөнентаев өлеңдерінде кездесетін мысалдардағы тілдік тұлғаның қазақ әйелінің сұлулығына қатысты сөздік қолданысы да халқымыздың мәдениетіне, ұлттық болмысына сәйкес келетінін байқатады [5]:

Қыз бала елдің көркі, жұрт зейнеті

Болғанда ілтипатқа алынбас па?

Жақсылық киім мен мал, көрікте деп,

Өлшемей ой мен сырды жаза баспа. (Сәбит Дөнентаев, «Көркем қызға»)

Кем шығар Нағимадай *келбетті* әйел:

Нешелер *келте шапты, құмырсақ бел*. (Сәбит Дөнентаев, «Нағиманың өкпесі»)

Жас жүрегім, жанып, күйіп барасың,

Қара көзім, кімге қарап таласың?

Құтқарушым, айғайым бар, қалың жоқ,

Мен зынданда, қашан арқан саласың? (Сәбит Дөнентаев, «Мен зынданда»)

«Қырындап қызды ауылды» дегендейін.

Зор атақ – *шашбаулыға* жақын жүрсек. (Сәбит Дөнентаев, «Жастықта»)

Сәбит Дөнентаев өлеңдерінде қазақ әйелінің қараңғылық тұмшалаған ескілік кезден теңдік алған ерікті күндеріне дейінгі эволюциясы айқын көрінеді. Соған орай, әйел бейнесін жасаудағы ақындық шеберлік те сезіледі: алғашқы «Көркем қызға», «Жәмила қыз» – әйелі өлген шалға мал үшін құрбан болып, ұзатылған қыз зарына толы өлең болса, «Әйелдер мейрамына» – қазақ әйелінің кешегі қараңғылық құрсауындағы тірлігі мен одан кейін бостандыққа қол жеткен күнін салыстыра жырлаған мадақ іспетті шығарма. Әлеуметтік теңсіздіктің түйінді бір мәселесі – әйел теңсіздігін ақын осылайша өз шығармашылығының үзілмес тақырыбына айналдырды.

«Әйел теңдігі» концептісі, тезаурусы, концептілік құрылымы.

Әйел теңдігі концептісі бұрын қазақ тілінде ғашықтар өмірі, мұңы, сүйген адамдардың суреттеген лирикалық шығармаларынан көрінетін. Мәселен, Қыз Жібек, Қозы Көрпеш-Баян Сұлу т.б. С.Дөнентаевтың шығармашылығында екі тақырыпта байқалады: 1) Поэзиясында. (өлеңдері); 2) Прозасында. Әйел теңдігі мәселесін көтерген адам – С. Дөнентаев, сондықтан бұл концептінің тезаурусын көптеген тірек сөздер құрайды [5]:

Қатыны өліп Бәкіштің,

Қызы бар деп Тәкіштің

*Іздеп келді алыстан,
Бұрыннан да емес жат,
Құдаңдалы қат-қабат,
Талай сүйек алысқан,
Жасы қырық-отыз арасы,
Бар жыйырма, отыз қарасы.
«Қыз бермеймін кәрі» деп
«Қатыны өлген әрі» деп*

Беттетпеді Төкіш бай. (Сәбит Дөнентаев, «Жәмила қыз»)

Әйел теңдігі концептісінің когнитивтік моделі.

1) Әйел – ошақ иесі. Әйел еңбекқор, шаруаға бейім [5]:

*Тезек теріп,
Сиыр сауып, от жақтың,
Ас пісірдің,
Зыр жүгірдің, -*

Ерте тұрдың, кеш жаттың. (Сәбит Дөнентаев, «Ерікті Айша»)

2) Қыз – күн [5]:

*Онда едің кім?
Әрине күң,
Қазір кімсің қарашы!
Шалың қайда,
Зарың қайда,
Есептеші, санашы.*

3) Қыз – әлсіз [5]:

*Құттықтаймыз қуанышты күніңде,
Мейрамыңды январьдің бірінде.
Жол қауіпсіз болғанмен, сен **әлсіз**,*

Қорғанбай бас, байғұс әйел, сүрінбе! (Сәбит Дөнентаев, «Әйелдер мейрамына»)

«Әйел теңдігі» концептісінің концептілік құрылымы.

1. Малына қызығады – фрейм. Әйел құрбандық, тауар құндылығы ғана [5]:

*Келе тиді екен сорлыға?
Жақтырмаған апасы,
«Түк білмейсің, шатасын!»
Деп әкесі болды ма?*

2. Көз жасы – ойсурет. Малға сатылған қыздың бейнесі «аянышты» коннотекасына ие [5]:

*Жәмиласы зарлап жүр,
Көздеп жасы парлап жүр... (Сәбит Дөнентаев, «Жәмила қыз»)
Ұранды естіп,
Жылап, өксіп*

Қайғыңды аштың, құтылдың... (Сәбит Дөнентаев, «Ерікті Айша»)

3. Тоқал алу – фрейм. Санада әбден бекіген дәстүр. Мысалы, *Тоқал құмар бір шалға.*

4. Сор соғу – сценарий. Теңсіздіктен туған, қалыптасқан ұғым. Мысалы, *Вағда қылды қол соқты, Әлдекімді сор соқты.*

5. Қалың мал – фрейм. Стереотипті жүйе: қыз - қалың мал – сор соғу. Мысалы, *Шайтан алсын, шал алсын, Төкең байғұс мал алсын.*

Сонымен, тақырыбына қарай барша әйел теңсіздік мәселесіне арналған. «Көркем қызға» – табиғат сұлулығы мен қоғам әділетсіздігін қарсы қоя суреттейтін өлең, «Жәмила қыз» – қатыны өлген Бәкіш шалға мал құрбаны болып ұзатылған қыз зары, «Әйелдер мейрамына» – қазақ әйелінің кешегі қараңғы тірлігі мен бүгінгі жарық күнін салыстыра жырлайтын ода.

Сәбит Дөнентаев шығармашылығындағы «әйел теңдігі» концептісі бұрынғы келе жатқан кертартпа салтқа қарсылық жүйесінен тұрады. Бұл концепт те – бұрын қазақта болмаған тың ой жүйесі. Осыған орай, Ш.М. Елемесова өзінің зерттеуінде: «Ұлттық мәдениетіміздің тұрақты этнобелгілерінің тілдік көріністері (релеванттары) көркем мәтіннің өнбойында ерекше стильдік қызмет атқарады» [6] дей келе, көркем мәтіндегі ұлттық мәдениеттің тілдік бейнеленуіне нақты тоқталады. Сәбит Дөнентаев өлеңдеріндегі да тілдік көріністер, яғни релеванттар ерекше стильдік қызмет атқара отырып, автордың тұтастай алғандағы ұлттық таным идеясының концептілік дүниесін құрайды.

ӘДЕБИЕТТЕР

1 Маслова В.А. Лингвокультурология. – М.: Академия, 2001. – 208 б.

2 Попова З.Д., Стернин И.А. Когнитивная лингвистика. – М.: Академия, 2007. – 314 б.

3 Әзімжанова Г. Көркем проза прагматикасы. Алматы: – Санат, 2005. – 300 б.

- 4 Қазақ тілінің түсіндірме сөздігі // Жалпы ред. басқарған Ысқақов А.Ы. – Алматы: Ғылым, 1974. – 1-т. – 695 б.
- 5 Дөнентаев С. Рухнама. – Павлодар: «ЭКО», 2003. – 128 б.
- 6 Елемесова Ш. Көркем мәтіндегі мәдениеттің тілдік релеванттары: филол. ғыл. канд. ... дис. авторефераты. – Алматы, 2003. – 28 б.

REFERENCES

- 1 Maslova V.A. Lingvokul'turologiya. – M.: Akademiya, 2001. – 208 b.
- 2 Popova Z.D., Sternin I.A. Kognitivnaya lingvistika. – M.: Akademiya, 2007. – 314 b.
- 3 A'zimjanova G. Ko'rkem proza pragmati'kasi'. Almati': – Sanat, 2005. – 300 b.
- 4 Qazaq tilining tu'sindirme so'zdigi // Jalpi' red. basqarghan I'sqaqov A.I'. – Almati': Ghi'li'm, 1974. – 1-t. – 695 b.
- 5 Dönentaev S. Ruhnama. – Pavlodar: «YeKO», 2003. – 128 b.
- 6 Elemesova Sh. Ko'rkem ma'tindegi madenietting tildik relevanttari: filol. ghil. kand. ... dis. avtoreferati'. – Almati, 2003. – 28 b.

РЕЗЮМЕ

Д.Д. Темирбаева

Инновационный Евразийский университет (г.Павлодар.)

Образ женщины в поэзии Сабита Донентаева

В данной статье дается характеристика концепта «женщина». Автор рассматривает признаки собирательного женского образа в поэзии С.Донентаева и предлагает его когнитивную модель.

Ключевые слова: когнитивная лингвистика, концепт, концептуальная структура, когнитивная модель, фрейм, сценарий, схема, коннотекта.

RESUME

D.D. Temirbayeva

Innovative University of Eurasia (Pavlodar)

Image of woman in poetry of Sabit Donentayev

The characteristic of the concept "woman" is given in this article. The author considers signs of a generalized female character in poetry of S. Donentayev and offers his cognitive model.

Key words: cognitive linguistics, concept, conceptual structure, cognitive model, frame, scenario, scheme, konnoteka.

**ИННОВАЦИЯЛЫҚ
ЕУАЗИЯ
УНИВЕРСИТЕТІНІҢ
ХАБАРШЫСЫ
Ғылыми журналы**

**ВЕСТНИК
ИННОВАЦИОННОГО
ЕВРАЗИЙСКОГО
УНИВЕРСИТЕТА
Научный журнал**

Авторлар жарияланған мақалаларындағы келтірілген жадызаттар, деректер мен экономикалық-статистикалық ақпараттар, жалқы есімдер мен географиялық атаулар және басқа да мәліметтердің нақтылығы үшін жауапкершілікке тартылады. Редакция авторлардың көзқарасына нұқсан келтірмей, мақалаларды көпшілік талқысына ұсынып жариялай алады.

Журналда жарияланған мақалаларды редакция келісімісіз басуға рұқсат етілмейді. Материалдарды пайдаланғанда журналға сілтеме жасау қажет.

Авторы опубликованных материалов несут ответственность за подбор и точность приведенных фактов, цитат, экономико-статистических данных, собственных имен, географических названий и прочих сведений. Редакция может публиковать статьи в порядке обсуждения, не разделяя точку зрения автора.

Запрещается перепечатка статей без согласия редакции. При использовании материалов ссылка на журнал обязательна.

Ғылыми редактор: М.Б. Айтмағамбетова
Техникалық редакторы: Ю.С. Овдиенко
Негізгі бақылаушы: А.П. Абраменко
Шығаруға жауапты: Л.Н. Русина

2007 жылғы 10 қазандағы № 8712-Ж тіркеу куәлігі
Қазақстан Республикасының Мәдениет және ақпарат министрлігімен берілген

Теруге 03.03.2014 жылы берілді. Басуға 10.03.2014 жылы қол қойылды
Көлемі 60 x 84 1/8. Қағаз түрі: кітап, журналға арналған. 19 баспа парақ
Тапсырыс № 60. Таралымы 500 дана

Инновациялық Еуразия университетінің редакциялық-баспа бөлімінде басып шығырылды
Мекен-жайымыз: 140003, Қазақстан Республикасы, Павлодар қ.,
М. Горький к-сі, 102/4, Инновациялық Еуразия университеті, тел. +7 (718 2) 57-49-65

Научный редактор: М.Б. Айтмағамбетова
Технический редактор: Ю.С. Овдиенко
Нормоконтроль: А.П. Абраменко
Ответственный за выпуск: Л.Н. Русина

Регистрационное свидетельство № 8712-Ж от 10 октября 2007 г.
выдано Министерством культуры и информации Республики Казахстан

Сдано в набор 03.03.2014 г. Подписано в печать 10.03.2014 г.
Формат 60x84 1/8. Бумага книжно-журнальная. Усл. печ. лист. 19
Заказ № 60. Тираж 500 экз.

Отпечатано в редакционно-издательском отделе Инновационного Евразийского университета
Адрес редакции: 140003, Республика Казахстан, г. Павлодар,
ул. М. Горького, 102/4, Инновационный Евразийский университет, тел. +7 (718 2) 57-49-65