

Таким образом, основными сдерживающими элементами являются:

- низкий уровень жизни населения;
- проблемы реализации произведенной продукции;
- низкая материально-техническая и технологическая оснащенность;
- недостаток помощи сельхозпредприятий.

Библиографический список

1. Официальный сайт Информационного телеграфного агентства России (ИТАР-ТАСС) URL: <http://itar-tass.com/> (дата обращения: 21.09.2014).
2. Официальный сайт EurostatHome – European Commission URL: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu> (дата обращения: 19.09.2014).
3. Официальный сайт Федеральной таможенной службы России URL: <http://www.customs.ru/> (дата обращения: 21.09.2014).
4. Официальный сайт Министерства сельского хозяйства РФ URL: <http://mcx.ru/> (дата обращения: 21.09.2014).
5. Официальный сайт Национального союза производителей молока (Союзмолоко) URL: <http://www.souzmoloko.ru/> (дата обращения: 21.09.2014).
6. Федеральный закон от 07.07.2003 N 112-ФЗ (ред. от 21.06.2011) «О личном подсобном хозяйстве» [Электронный ресурс] // Сайт компании «Консультант Плюс» / URL: <http://www.consultant.ru/online>, свободный. – Загл. с экрана (дата обращения 22.09.2014).

7. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики (Росстат) URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 22.09.2014).

References

1. Ofitsial'nyi sait Informatsionnogo telegrafnogo agentstva Rossii (ITAR-TASS) URL: <http://itar-tass.com/> (data obrashcheniya: 21.09.2014).
2. Ofitsial'nyi sait Eurostat Home – European Commission URL: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu> (data obrashcheniya: 19.09.2014).
3. Ofitsial'nyi sait Federal'noi tamozhennoi sluzhby Rossii URL: <http://www.customs.ru/> (data obrashcheniya: 21.09.2014).
4. Ofitsial'nyi sait Ministerstva sel'skogo khozyaistva RF URL: <http://mcx.ru/> (data obrashcheniya: 21.09.2014).
5. Ofitsial'nyi sait Natsional'nogo soyuza proizvoditelei moloka (Soyuzmoloko) URL: <http://www.souzmoloko.ru/> (data obrashcheniya: 21.09.2014).
6. Federal'nyi zakon ot 07.07.2003 N 112-FZ (red. ot 21.06.2011) "O lichnom podsobnom khozyaistve" [Elektronnyi resurs] // Sait kompanii «Konsul'tant Plyus» / URL: <http://www.consultant.ru/online>, svobodnyi. – Zagl. s ekrana (data obrashcheniya 22.09.2014).
7. Ofitsial'nyi sait Federal'noi sluzhby gosudarstvennoi statistiki (Rosstat) URL: <http://www.gks.ru/> (data obrashcheniya: 22.09.2014).



УДК 65.011.8

А.А. Татуев, С.Т. Зиядин, А.К. Ибраева
A.A. Tatyev, S.T. Ziyadin, A.K. Ibrayeva

ДИВЕРСИФИКАЦИЯ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ: ПОНЯТИЕ, СУЩНОСТЬ, ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ И ПРОБЛЕМЫ ПРИМЕНЕНИЯ

DIVERSIFICATION IN INDUSTRY: CONCEPT, ESSENCE, STAGES OF DEVELOPMENT AND PROBLEM OF APPLICATION

Ключевые слова: диверсификация, промышленность, производства, управление, рентабельность.

В условиях нестабильности мировой системы в современной экономике развитие предприятия с одним видом деятельности является рискованным. По этой причине все производители в мире в целях преодоления рисков проводят диверсификацию своего бизнеса. Диверсификация носит орга-

низационно-экономический характер, тем самым является основой для развития конкурентоспособных преимуществ на предприятиях. Утверждения о необходимости диверсификации не всегда обоснованы по причине недостаточной теоретической и практической исследовательской базы самого процесса диверсификации. С другой стороны, цели диверсификации производства в прямом отношении зависят от финансовой и производственной независимости предприятия. Кроме того,

стабильность конкретной отрасли производства остается рискованной как в краткосрочном, так и долгосрочном периодах. Таким образом, финансовые возможности различных предприятий (убыточных, средних и преуспевающих) имеют различия стратегии – от «просто выжить» до образования стратегических альянсов. Таким образом, диверсификация имеет следующие предпосылки: отсутствие равномерного развития отраслей экономики (закон неравномерного экономического развития); падение нормы и прибыли в производстве (закон тенденции нормы и прибыли к понижению); развитие научно-технического прогресса (НТП – условие существования качественного изменения производства, следовательно, усиление конкуренции и повышение прибыльности бизнеса); экономия в масштабах производства и использование эффекта производственного рычага; разработка программы индустриально-инновационного развития и создание кластерной экономики; повышение конкурентоспособности предприятий; расширение доли рынка для предприятий; финансовая и управленческая независимость; поднятие престижа и рейтинга компании. Так как диверсификация производства каждого отдельного предприятия является составной частью диверсификации экономики в целом, подходы к решению этой задачи должны быть индивидуальны в каждом конкретном случае.

Keywords: *diversification, industry, production, management, profitability.*

In the instability conditions of the world system in the modern economy, the development of the enterprise on one activity is risky. For this reason, all

manufacturers in the world to overcome the risks are diversification of the business. Diversification is an organizational-economic in nature, and thus is the basis for the development of competitive advantages for enterprises. A claim about the need for diversification is not always justified by reason of the lack of theoretical and practical research of the process of diversification. But on the other hand diversification of production in direct relation depends on the financial and operational independence of the enterprise. In addition, the stability of a specific branch of manufacture remains risky, both in the short and long run. Thus, the financial possibilities of different enterprises (unprofitable, middle and affluent) have different strategies from-"just survive"-prior to the formation of strategic alliances. Thus, diversification has the following prerequisites: the lack of a uniform development of economic sectors (the law of uneven economic development); drop rule and profit in production (law trends and profit to decline); development of scientific and technological progress (STP-condition significant qualitative change in production, therefore, greater competition and increasing profitability); economy in scale and effect production lever; development of a program of industrial-innovative development and creation of a cluster of economy; improving the competitiveness of enterprises; market share for companies; financial and managerial independence; prestige and rating companies. As the diversification of the production of each individual business is an integral part of the diversification of the economy in general, approaches to the solution of this task must be unique in each case.

Татуев Арсен Азидович, д.э.н., проф., каф. «Экономика и управление социально-экономическими системами», Московский государственный университет пищевых производств. E-mail: arsen.tatuev@mail.ru.

Зиядин Саябек Таттибекович, д.э.н., ассоц. проф., декан финансово-экономического факультета, Казахский гуманитарно-юридический инновационный университет, г. Семей, Республика Казахстан. E-mail: ertis_economika@mail.ru.

Ибраева Алия Кабышевна, ст. преп., каф. «Финансы», Государственный университет им. Шакарима, г. Семей, Республика Казахстан. E-mail: zeretai@mail.ru.

Tatuev Arsen Azidovich, Dr. Econ. Sci., Prof., Chair of Economics and Mgmt. of Social Systems, Moscow State University of Food Industry. E-mail: arsen.tatuev@mail.ru.

Ziyadin Sayabek Tattibekovich, Dr. Econ. Sci., Assoc. Prof., Dean, Dept. of Finance and Economy, Kazakh Innovative University of Humanities and Law, Semey, Republic of Kazakhstan. E-mail: ertis_economika@mail.ru.

Ibrayeva Aliya Kabyshevna, Asst. Prof., Chair of Finance, State University named after Shakarim, Semey, Republic of Kazakhstan. E-mail: zeretai@mail.ru.

Введение

В условиях нестабильности мировой системы в современной экономике развитие промышленности с одним видом деятельности является рискованным. По этой причине все производители промышленной продукции в мире в целях преодоления рисков проводят диверсификацию своего бизнеса. Сегодня Казахстан по уровню промышленного производства, с учетом многих критерий и конкурентных позиций, уступает промышленно развитым странам и экспортерам сырья.

Целью исследования является раскрытие сущности и значения диверсификации в промышленности как инновационного подхода в развитии производства. На основе поставленной цели **задачами** работы являются раскрытие понятия и сущности процесса диверсификации, характеристика этапов развития процессов диверсификации промышленности, выделение предпосылок развития диверсификации промышленности в Казахстане.

Объект исследования – зарубежный опыт диверсификации промышленного производства. **Методы** исследования: формально-логический, исторический, системный.

Экспериментальная часть

Неоднократно в своем послании народу Президент РК Н.А. Назарбаев обозначал стратегию вхождения Казахстана в число 30 наиболее конкурентоспособных стран мира. Среди приоритетов выделены модернизация и диверсификация экономики Казахстана. Президент отмечает, что «Для поддержания устойчивого роста экономики страны государство обязано стимулировать спрос на продукты и услуги высокого качества, используя инструменты фискальной денежно-кредитной политики, государственного регулирования эффективного перераспределения основных факторов производства». Эти же приоритеты были отражены в Послании главы государства народу Казахстана: «Через кризис к обновлению и развитию» [1].

Стратегия вхождения Казахстана в мировую хозяйственную систему и в ВТО в частности до сих пор является труднодостижимой по многим причинам. Среди вышеуказанных причин можно выделить следующие: наличие узкой специализацией Казахстана в разделении труда (как на мировом, так и региональном уровне), удаленность от основных мировых товарных рынков, низкая транспортная инфраструктура.

Диверсификация промышленности – достаточно новое явление в экономике развитых стран, получившее интенсивное развитие с середины 1950-х годов.

Преимущественный вклад инвестиций в новейшие научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки (НИОКР) странами Азии, Европы и Америки, как следствие, обеспечивает благоприятный рост темпов промышленного производства при диверсификации [2].

В Казахстане до сих пор отсутствует какой-либо опыт в данной сфере. Можно выделить незначительные попытки реализации зарубежного опыта проявления диверсификации. Однако определить качество применения диверсификации в отечественных промышленных предприятиях сложно. Различные аспекты понятия «диверсификация» отражены в различных зарубежных источниках. Сложность сущности данного явления отражает ее многогранность, а также неадаптированность к условиям Казахского производства. Таким образом, главной задачей является адаптация исследуе-

мого процесса в Казахском промышленном производстве и в экономике через призму экономических условий [3].

История становления и развития процесса диверсификации промышленности за рубежом можно разделить на несколько этапов:

1. Внедрение диверсификации в экономику в 60-70-е годы прошлого века. В данный период происходит диверсификация производства в странах Европы и США, в которых этот процесс рассматривался как единственный стратегический план развития компании. Путем применения стратегий слияния или поглощения в компании внедрялись новые отрасли производства, выходя на новые рынки. Тем самым компании минимизировали возможные риски, активизировали конкурентоспособность организаций, стабилизировали денежные потоки и, в конечном итоге, увеличивалась стоимость компании. Применение таких процессов обосновывалось синергическим эффектом. Термин «синергия» был введен И. Ансоффом для обозначения стратегических преимуществ, возникающих при объединении двух или более предприятий в одну, связанных со снижением долгосрочных средних издержек производства [4].

2. Структурный кризис проявления диверсификации на производстве в конце 70-х и начале 80-х годов. В указанный период многие крупные компании оказались подверженными негативным тенденциям и понесли значительные убытки. Политика диверсификации компаний путём слияния обернулась провалом по причине избыточности и бесконтрольности.

Избыточность диверсификации во многих компаниях, как следствие, сопровождалась неизбежностью перелома установленных методов управления на предприятиях, с которой не справлялись даже высококвалифицированные менеджеры. Указанные последствия дали низкую оценку политике слияний и поглощений в диверсификации и поставили под сомнение возможность выработки научно обоснованной стратегии в данной области.

3. Стабилизация и дальнейшее развитие процессов диверсификации к концу 80-х годов. В указанный период многие западные компании, располагающие большими объемами капиталов, получаемых в основных сферах бизнеса, в целях дальнейшего увеличения своей рыночной доли применяют процесс диверсификации как наиболее подходящий путь для инвестиций капиталов и уменьшения степени риска.

Несмотря на активное изучение процессов диверсификации ни в одном источнике до сих пор нет конкретного определения. Наоборот, по причине сложности анализа и оценки диверсификации происходят расширение и многообразие определений в раскрытии сущности диверсификации различными экономистами.

Согласно энциклопедическому словарю: «Диверсификация (от позднелат. *diversificatio* – изменение, разнообразие) – расширение объектов деятельности, номенклатуры продукции, производимой монополистическими объединениями. Диверсификация – новое явление в экономике развитых капиталистических стран, получившее развитие с середины 1950-х годов. В результате диверсификации монополистические объединения превращаются в многосторонние сложные комплексы, которые не связаны между собой технологически» [5].

По мнению А.М. Румянцева, диверсификация определяется как расширение номенклатуры товаров, производимых предприятиями или объединениями предприятий, связанное с использованием собственных накоплений предприятий на организацию новых видов производства, проникновение в другие отрасли и сферы хозяйства. В словаре политической экономии под диверсификацией понимается проникновение крупных компаний в отрасли, не имеющие прямой производственной связи или функциональной зависимости от основной отрасли их действия [6].

По мнению Ф. Котлер, диверсификация является методом осуществления роста фирмы за счет проникновения в новые отрасли [7].

Современный словарь дает следующее определение: «Диверсификация (от лат. *diversus* – разный + *facere* – делать):

- 1) разнообразие, разностороннее развитие;
- 2) проникновение специализированных фирм (промышленных, транспортных, строительных) в другие отрасли производства, сферу услуг и т.п.; в результате диверсификации возникают многоотраслевые комплексы;
- 3) расширение ассортимента производимых изделий и видов предоставляемых услуг» [5].

Общее определение, данное И. Ансоффом, звучит следующим образом: диверсификация – это термин, применяемый к процессу перераспределения ресурсов, которые существуют на конкретном пред-

приятии, в другие сферы деятельности. Этот процесс касается возможности перехода на новые технологии, проникновение на новые рынки и внедрение в новые отрасли производства. При этом будущая производимая продукция должна быть абсолютно новой, для производства которой необходимы инвестиции [4].

По мнению Т. Коно, если продукты одной компании имеют очень узкое применение, то это специализированная компания. Если же они находят разнообразное применение, то это диверсифицированная компания. Однако развитие рыночных отношений заставляет на конкретный момент относить предприятия к первому либо второму типу как абсолютно, так и относительно, по причине того, что в динамике времени специализированное предприятие может быть преобразовано в диверсифицированное, и наоборот [8].

Понятие диверсификации производства является очень сложным, так как возможность недвусмысленного толкования невозможно встретить в любой литературе. Это связано, прежде всего, с тем, что в само понятие диверсификации производства заложена двойственность. Первопричина диверсификации производства – это направленность предприятия на многономенклатурный выпуск продукции. Второстепенность – это процесс создания абсолютно нового вида продукции. Таким образом, первопричина диверсификации – это стратегическая направленность предприятия, а второстепенность – его инновационность, то есть предприятие при диверсификации производства оценивает стратегические перспективы предприятия и включает экономическую эффективность производства в будущий продукт.

Условно определения диверсификации можно объединить в следующие группы:

1. Первая группа определяет диверсификацию как процесс расширения производственной деятельности предприятия:
 - выпуск новых товаров, не связанных с основной специализацией;
 - процесс создания на базе основного предприятия новых производств или использование действующих по выпуску новой номенклатуры изделий;
 - расширение ассортимента, изменение вида продукции, выпускаемой предприятием, освоение новых видов производств;
 - расширение номенклатуры товаров, производимых отдельными предприятиями и объединениями;

- значительное расширение сферы деятельности предприятия и осуществление производства большого числа не связанных друг с другом товаров услуг [9].

2. Вторая группа раскрывает понятие диверсификации как процесс освоения новых видов деятельности:

- одновременное развитие многих, не связанных друг с другом видов производства, расширение ассортимента производимых изделий;

- инвестирование в различные ценные бумаги или вклад финансов в различные производства с целью уменьшения среднего коммерческого риска, либо маркетинговая стратегия, направленная на расширение сфер деятельности фирмы на рынках новых продуктов, не связанных с основным производством фирмы;

- развитие новых товаров и на новых рынках;

- процесс превращения фирмы в группу компаний, занимающихся выпуском различных продуктов и оперирующих на различных рынках»;

- процесс проникновения фирмы в другие отрасли производства»;

- участие компании в различных областях деятельности;

- проникновение крупных монополий в отрасли, не имеющие прямой производственной связи или функциональной зависимости от основной отрасли их действия;

- одна из форм концентрации капитала, связанная с проникновением ранее специализированных фирм (промышленных, транспортных, строительных, финансовых, и т.п.) в другие отрасли производства, сферу услуг и т.д.

- распределение инвестируемых и ссужаемых денежных капиталов между различными объектами вложений, с целью снижения риска возможных потерь капитала или доходов от него.

- это распространение хозяйственной деятельности на новые сферы деятельности (расширение ассортимента производимых изделий, видов предоставляемых услуг, географической сферы деятельности и т.д. [10].

3. Унифицированные определения диверсификации:

- рассматривается как «одна из форм концентрации капитала» и отмечено, что «диверсифицируя свое производство, фирмы проникают в новые для себя отрасли и сферы, расширяют ассортимент товаров и постепенно превращаются в многоотраслевые комплексы;

- одновременное развитие многих не связанных друг с другом видов производства, расширение ассортимента производимых изделий;

- под диверсификацией понимается любое объединение производств в рамках фирмы как взаимосвязанных, так и невзаимосвязанных друг с другом;

- одновременное развитие многих, не связанных или слабо связанных друг с другом видов производства, расширение объемов деятельности, номенклатуры продукции и услуг, ассортимента производимых изделий в масштабе государства, отрасли, региона, предприятия;

- одновременное развитие многих, не связанных друг с другом видов производства, расширение ассортимента производимых изделий;

- процесс расширения сферы деятельности предприятия или выпуска им разнообразной номенклатуры продукции, как правило, не соответствующей сложившемуся производственному профилю. Диверсификация горизонтальная – пополнение ассортимента фирмы новыми изделиями, которые не связаны с выпускаемыми в данное время, но могут вызвать интерес существующей клиентуры. Диверсификация конгломератная – пополнение ассортимента изделиями, не имеющими никакого отношения ни к применяемой фирмой технологии, ни к ее нынешним товарам и рынкам. Диверсификация концентрическая – пополнение ассортимента новыми изделиями, которые с технической или маркетинговой точки зрения похожи на существующие товары фирмы» [11].

Следует отметить, что каждая группа имеет некую односторонность определений. Анализ вышеперечисленных определений приводит к выводу о том, что понятие диверсификация недостаточно исследовано и раскрыто как в отечественной, так и зарубежной литературе, а практика его применения не разработала системной и универсальной методики внедрения в производство.

В первую очередь для выявления истинной сущности понятия диверсификация необходимо разделить диверсификацию производства и предприятия. Диверсификация производства – понятие, которое включает в себя освоение и внедрение новых видов деятельности предприятием. Диверсификация предприятия может раскрываться как совместно с диверсификацией производства, так и без него [12].

По мнению Б.А. Чуба, сущность диверсификации производства заключается в объективном процессе увеличения гетерогенности экономических систем всех уровней от микроэкономического до глобального. При этом диверсификация выступает как диалектическое единство двух противоположных процессов: структурно-функциональной дифференциации и интеграции разнородных элементов в рамках определенной экономической системы. Тем самым диверсификация производства раскрывает себя как неотъемлемый элемент постоянного развития экономической системы. Первостепенное значение диверсификации производства заключается в производственной необходимости увеличения разнообразия материальных и духовных благ для удовлетворения постоянно растущих потребностей, что является основой для динамического развития новых товаров и услуг при помощи внедрения инновационных форм организации производственной и коммерческой деятельности [13].

Результаты и их обсуждение

На основе системного обобщения теоретических воззрений представителей различных экономических школ предложено понимать диверсификацию как «процесс производства или расширения номенклатуры выпускаемой продукции как с использованием существующего рыночного потенциала, так и с освоением новых рынков, направленной на освоение новых видов и сфер деятельности под действием факторов внутренней и внешней среды».

Данное определение можно взять как методологическую основу исследования диверсификации производства.

Стратегия Казахстана в условиях развития рыночных отношений подчинена стратегической экономической цели государства – достижение устойчивого развития страны, вхождение страны в число 50 наиболее конкурентоспособных стран мира путем диверсификации отраслей экономики и отходу от сырьевой направленности развития. Таким образом, необходимо рассмотреть диверсификацию как один из способов достижения стратегической цели страны [14].

Диверсификация носит организационно-экономический характер, тем самым является основой для развития конкурентоспособных преимуществ на предприятиях.

Диверсификация производства для любого предприятия создает почву для зависимости от внешней среды, быть готовым к

удовлетворению новых потребностей рынка, как следствие, к завоеванию новых сегментов рынка, отраслей и регионов. Таким образом, развитие конкурентоспособных преимуществ каждого конкретно взятого предприятия региона позволяет достичь поставленных целей государства по развитию несырьевого сектора экономики.

Перечислить основные причины переориентации предприятий на решение стратегических проблем, посредством диверсификации, пытались разные авторы. Однако можно выделить ряд наиболее обоснованных оснований, в основе которых определяющими элементами являются ассортимент и номенклатура продукции, необходимость расширения сфер вложения капитала. Утверждения о необходимости диверсификации не всегда обоснованы по причине недостаточной теоретической и практической исследовательской базы самого процесса диверсификации. Но с другой стороны, цели диверсификации производства в прямом отношении зависят от финансовой и производственной независимости предприятия. Кроме того, стабильность конкретной отрасли производства остается рискованной как в краткосрочном, так и долгосрочном периодах. Таким образом, финансовые возможности различных предприятий (убыточных, средних и преуспевающих) имеют различные стратегии – от «просто выжить» до образования стратегических альянсов [15].

Таким образом, диверсификация промышленности имеет следующие предпосылки:

- отсутствие равномерного развития отраслей экономики (закон неравномерного экономического развития);
- падение нормы и прибыли в производстве (закон тенденции нормы и прибыли к понижению);
- развитие научно-технического прогресса (НТП – условие существенного качественного изменения производства, следовательно, усиление конкуренции и повышение прибыльности бизнеса);
- экономия в масштабах производства и использование эффекта производственного рычага;
- разработка программы индустриально-инновационного развития и создание кластерной экономики;
- повышение конкурентоспособности предприятий;
- расширение доли рынка для предприятий;

- финансовая и управленческая независимость;
- поднятие престижа и рейтинга компании.

Заключение

Так как диверсификация промышленного производства каждого отдельного предприятия является составной частью диверсификации экономики в целом, подходы к решению этой задачи должны быть индивидуальны в каждом конкретном случае. Соответственно, к принятию подобных стратегических решений необходимо привлекать максимально возможное количество высококвалифицированных специалистов, которые обладают необходимым опытом применения диверсификации производства.

Библиографический список

1. Послание Президента Республики Казахстан Н. Назарбаева народу Казахстана. Казахстанский путь – 2050: Единая цель, единые интересы, единое будущее Астана (17 января 2014 г.). Интернет-ресурс www.strategy2050.kz.
2. Владимирова Л.П. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: учеб. пособие. – М.: Изд-кий дом «Дашков и К°», 2002. – 308 с.
3. Филофова Т.Г., Быков В.А. Конкуренция. Инновации. Конкуренентоспособность. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 295 с.
4. Ansoff I., McDonell E. *Implanting Strategic Management*. Prentice Hall, 1990. – 568 p.
5. Мамыров Н.К. Словарь банковских и финансово-экономических терминов. – Алматы: Экономика, 1999. – 712 с.
6. Румянцев А.М. Экономическая энциклопедия. Политическая экономия. – М.: Советская энциклопедия, 1972. – 560 с.
7. Котлер Ф. Маркетинг XXI века. Маркетинг от А до Я. Новые маркетинговые технологии. Десять смертных грехов маркетинга: пер. с англ. / под ред. Т.Р. Тэор. – СПб.: Нева, 2005. – 432 с.
8. Коно Т. Стратегия и структура японских предприятий. – М.: Мысль, 1987. – 214 с.
9. Боумэн К. Основы стратегического менеджмента: пер. с англ. / под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. – М.: Банки и биржи, 1997. – 175 с.
10. Твисс Б. Управление научно-техническими нововведениями: пер. с англ. К.Ф. Пузыня. – М.: Экономика, 1989. – 271 с.

11. Зиядин С.Т. Некоторые проблемы развития малого предпринимательства в Казахстане // Деньги и кредит. – 2014. – № 6. – С. 72-74.

12. Волков М.И. Политическая экономия. – М.: Политиздат, 1983. – 527 с.

13. Чуб Б.А. Диверсифицированные корпорации в современной экономике России / под ред. д.э.н. В.В. Бандурина. – М.: Буквица, 2000. – 184 с.

14. Зиядин С.Т. Инновации, их разработка и внедрение // Общество и экономика. – 2013. – № 11, 12. – С. 184-189.

15. Клейнер Г. Эволюция и реформирование промышленных предприятий: 10 лет спустя // Вопросы экономики. – 2000. – № 5. – С. 62-74.

References

1. Poslanie Prezidenta Respubliki Kazakhstan N. Nazarbaeva narodu Kazakhstanana. Kazakhstanskii put' – 2050: Edinaya tsel', edinye interesy, edinoe budushchee Astana - 17 yanvary 2014 g. internet resurs www.strategy2050.kz.

2. Vladimirova L.P. Prognozirovanie i planirovanie v usloviyakh rynka: ucheb. posobie. – M.: Izdatel'skii Dom «Dashkov i Ko», 2002. – 308 s.

3. Filosofova T.G., Bykov V.A. Konkurentsiya. Innovatsii. Konkurentosposobnost' M.: Izdatel'stvo: Yuniti-Dana, 2012. – 295 s.

4. Ansoff I., McDonell E. *Implanting Strategic Management*. Prentice Hall, 1990. – 568 r.

5. Mamyrov N.K. Slovar' bankovskikh i finansovo-ekonomicheskikh terminov. – Almaty: Ekonomika, 1999. – 712 s.

6. Rumyantsev A.M. Ekonomicheskaya entsiklopediya. Politicheskaya ekonomiya. – M.: Sovetskaya entsiklopediya, 1972. – 560 s.

7. Kotler F. Marketing XXI veka. Marketing ot A do Ya. Novye marketingovye tekhnologii. Desyat' smertnykh grekhov marketinga. Per. s angl. Pod red. T.R. Teor. – SPb.: Neva, 2005. – 432 s.

8. Kono T. Strategiya i struktura yaponskikh predpriyatii. – M.: Mysl', 1987. – 214 s.

9. Boumen K. Osnovy strategicheskogo menedzhmenta. Per. s angl. Pod red. L.G. Zaitseva, M.I. Sokolovoi. – M.: Banki i birzhi, 1997. – 175 s.

10. Tviss B. Upravlenie nauchno-tekhnicheskimi novovvedeniyami. Per. s angl. K.F. Puzynya. – M.: Ekonomika, 1989. – 271 s.

11. Ziyadin S.T. Nekotorye problemy razvitiya malogo predprinimatel's'va v Kazakhstane // Den'gi i kredit. – 2014. – № 6. – S. 72-74.
12. Volkov M.I. Politicheskaya ekonomiya. – M.: Politizdat, 1983. – 527 s.
13. Chub B.A. Diversifitsirovannyye korporatsii v sovremennoi ekonomike Rossii. Pod red. d.e.n. Bandurina V.V. – M.: Bukvitsa, 2000. – 184 s.
14. Ziyadin S.T. Innovatsii, ikh razrabotka i vnedrenie // Obshchestvo i ekonomika. – 2013. – № 11-12. – S. 184-189.
15. Kleiner G. Evolyutsiya i reformirovanie promyshlennykh predpriyatii: 10 let spustya // Voprosy ekonomiki. – 2000. – № 5. – S. 62-74.

