

С.Сейфуллин атындағы Қазақ агротехникалық университетінің 60 жылдығына арналған «Сейфуллин оқулары– 13: дәстүрлерді сақтай отырып, болашақты құру» атты Республикалық ғылыми-теориялық конференциясының материалдары = Материалы Республиканской научно-теоретической конференции «Сейфуллинские чтения – 13: сохраняя традиции, создавая будущее», посвященная 60-летию Казахского агротехнического университета имени С.Сейфуллина. - 2017. - Т.1, Ч.4. – С.184-186

## **РОЛЬ ВЫСТАВОК В ОБОРОТЕ ВООРУЖЕНИЯ И ВОЕННОЙ ТЕХНИКИ**

*Жармухамедова Д.К.*

В последние десятилетия выставки как один из эффективных инструментов мировой торговли играют все большую роль. С одной стороны, это связано с тем существенным значением, какое придается выставкам как инструменту сбыта и приобретения; с другой стороны, это обосновано тем, что выставки как инструмент маркетинга при правильном использовании их возможностей играют значительную роль в достижении успеха предпринимательства.

Каждая специализированная выставка - это место встречи представителей целой отрасли, в связи с чем здесь предлагаются почти неограниченные возможности: непосредственной коммуникации с потенциальными потребителями и покупателями, поставщиками и субподрядчиками, которые заинтересованы в получении информации и налаживании связей, отслеживать рыночные тенденции и оценить позицию своего предприятия на рынке, «дать знать о себе», обменяться информацией со специалистами, почерпнуть рациональные идеи в поведении конкурентов и изучить их политику, проанализировать отклики посетителей о качестве, ценах товаров/услуг его фирмы и товаров/услуг его основных конкурентов, провести широкомасштабные рекламные мероприятия по продвижению товаров/услуг экспонента с использованием самых разнообразных средств [1].

Проведение выставки - лишь один из инструментов маркетинга, причем весьма дорогостоящий. Поэтому прежде чем принимать решение о ее использовании, необходимо убедиться, что нет других, более эффективных и менее затратных способов добиться необходимых целей. Очевидно, например, что при выводе на рынок массового продукта выставка может быть лишь вспомогательным средством. Кроме того, специфика некоторых компаний и их рынков просто не предполагает экспонирования. Во-вторых, к выставке нужно серьезно готовиться и обучать персонал, который будет работать на стенде. В-третьих, информацию, полученную на выставке, нужно правильно обработать [2].

Для выставок вооружения и военной техники аналогичные условия, в то же время имеются и свои особенности.

В настоящее время в условиях спада мирового производства, вызванного мировым экономическим кризисом и наличием бюджетного

дефицита во многих странах особую актуальность приобретает экспорт или импорт ВВТ. О чем свидетельствуют общемировые объемы закупок ВВТ, которые демонстрируют стабильную динамику роста. По оценкам международных экспертов, рекордным стал 2008 г., когда общемировой объем поставок продукции военного назначения составил 59,74 млрд. долларов, а сумма экспортных контрактов превысила 101 млрд. долларов. Россия в списке стран-экспортеров оружия занимает второе место, уступая лишь США. При этом, «...ежегодный экспорт российского вооружения и военной техники в ближайшие несколько лет составит 9-10 млрд. долларов» [3].

Ежегодно в мире проводится более 150 специализированных выставок, на которых представляется продукция военного назначения. В большинстве своем это крупные, известные и популярные салоны и выставки.

Одна из наиболее представительных выставок вооружений в мире **INDEX**(International Defence Exhibition). Эта международная выставка вооружений и военной техники проводится с 1993 года. Периодичность – раз в два года. В 2015 году выставка проходила в 12-ый раз и собрала весьма примечательные показатели: в 12 павильонах и на открытых площадках общей площадью около 35 тысяч квадратных метров разместились стенды и экспозиции 1100 организаций из 52 стран мира. В коммерческой выгоде выставки сомневаться не приходится – в 2009 году на выставке было подписано контрактов на 4,6 миллиардов долларов, за что она получила звание «лучшее торговое шоу» [4].

С 1999 года в Российской Федерации проводится международная выставка вооружений, военной техники и боеприпасов **Russia Arms Expo** («Российская выставка вооружения Нижний Тагил»). Традиционно она разворачивается в городе Нижний Тагил на полигоне «Старатель» «Нижнетагильского института испытания металлов». Это позволяет потенциальным покупателям здесь же, прямо на полигоне, проверить технику «на прочность». И им есть что испытать – категория продукции довольно обширна: военная техника, вооружение, боеприпасы, оборудование, имущество тылового обеспечения и другое. Как заявляют организаторы, в выставке, проведенной в 2015 году, участвовали представители военных ведомств из стран более чем 50 государств ближнего и дальнего зарубежья (министры обороны, начальники генеральных штабов). Аудитория посетителей выставки составила свыше 40 тысяч человек. Международный авиационно-космический салон «МАКС», который проводится в подмосковном городе Жуковский с 1992 г. один раз в два года.

Выставка ВВТ "KADEX" проводится в Казахстане с 2010 года. Проводится она один раз в два года в г.Астане под эгидой Министерства обороны РК [5].

Около 200 иностранных компаний из 35 стран участвовали в казахстанской выставке вооружения и военно-технического имущества «KADEX-2016». Среди них – Россия, Турция, Германия, Канада, Корея, Франция и другие, которые показали порядка 11 тыс. экспонатов.

Около 75 компаний участвуют в «KADEX-2016» от Российской Федерации. Среди них Холдинг "Вертолеты России" с новым многоцелевым вертолетом Ми-38, Концерн воздушно-космической обороны "Алмаз-Антей" с зенитной ракетной системой "Антей-2500" и крылатыми ракетами из состава ракетного комплекса "Калибр", Концерн "Калашников" с новейшими разработками в области стрелкового оружия и др.

Защитил честь оборонной промышленности страны французская компания «MBDA». Мировой производитель ракетных систем предоставил широкий ассортимент продукции, основной частью которой являются ракеты класса «воздух-воздух», «земля-воздух», «воздух-земля», а также противокорабельные ракеты, противотанковые ракеты и зенитно-ракетные комплексы.

Представляло Украину на выставке одно из ведущих предприятий по созданию транспортных, региональных пассажирских самолетов и самолетов специального назначения, названное в честь выдающегося авиаконструктора Олега Антонова. На «KADEX-2016» ГП «АНТОНОВ», история которого насчитывает около 70 лет, покажет семейство региональных самолетов различного назначения Ан-148 и Ан-158, а также выставит новые транспортные самолеты Ан-178 и Ан-132.

В рамках выставки свою продукцию продемонстрирует и канадская авиакосмическая компания мирового класса «VikingAirLtd», основанное в 1970 году в Британской Колумбии как предприятие, производящее самолеты и осуществляющее их продажу и ремонт.

Выставка «KADEX-2016» стала не только местом демонстрации последних достижений в сфере производства оборонной промышленности, но и площадкой для развития экспорта казахстанской военной продукции.

Оборонно-промышленный комплекс Казахстана демонстрирует стабильную динамику развития. И выставка KADEX помогает ОПК РК в продвижении отечественной военной техники, вооружения и боеприпасов на внутренний и внешний рынки.

В рамках «KADEX-2016» АО «НК «Казахстан инжиниринг» занял около 1300 квадратных метров, где была выставлена продукция порядка 20 предприятий компании и наших партнеров: на открытых площадках – 47 натуральных образца, в крытых павильонах – 95 натуральных образца и 27 макетов.

В частности, продемонстрированы разработки в области модернизации образцов ВВТ советского времени: модернизированные вертолеты Ми-17, модернизированные танки Т-72А, Т-72Б. Также на ознакомление выставлены ВВТ собственных разработок и производства: бронированные колесные машины «Арлан» различных модификаций с разным вооружением, перспективный бронетранспортер «Барыс» с колесной формулой 8x8 с 30-мм артиллерийским вооружением, оптико-электронные приборы и коллиматорные прицелы, а также вертолеты ЕС-145.

Дочернее предприятие - ТОО «Казахстанская Авиационная Индустрия» - завершило строительство в Астане многопрофильного предприятия по сборке, ремонту и техническому обслуживанию авиационной техники. В

связи с этим были продемонстрированы его возможности по техническому обслуживанию и ремонту самолетов военно-транспортной авиации типа С-295, Ан-72, Ан-74, а также самолетов фронтовой авиации Су-30СМ.

Учитывая существующие потенциальные экспортные возможности предприятий компании могут предполагать, что перспективными направлениями деятельности на ближайшее время будут ремонт и модернизация бронетанковой техники, артиллерийских систем советского (российского) производства на АО «Семей инжиниринг»; производство бронеколесных машин ТОО «Казахстан Парамант инжиниринг»; оптоэлектронной продукции ТОО «КАЕ»; боевого управляемого модуля ТОО «КАЕ» и АО «ЗМК», платформу для которого изготавливает АО «ПЗТМ»; ремонт, модернизация и техническое обслуживание авиационной техники на АО «Авиаремонтный завод №405» и ТОО «Казахстанская авиационная индустрия»; ремонт, модернизация торпед и поставка судовой гидравлики АО «МЗК»; модернизация и поставка корпусно-механических частей донных мин АО «ЗИКСТО»; экспорт авиационных изделий и средств индивидуальной защиты АО «Тыныс».

Таким образом, ни у кого не вызывает сомнения то, что проведение выставок предоставляет такие преимущества, как демонстрация производимых товаров и услуг, предоставление заинтересованным лицам и компаниям информации о возможностях Казахстана в военной области, привлечение внимания потенциальных потребителей к казахстанским товарам и услугам, получение своевременной и достоверной информации о тенденциях развития рынка и конкурентах, формирование положительного имиджа и многое другое.

### Список литературы

1. Каскатаев Н.М., Карабасов Р.А., Marketing System Development in Agribusiness of the Republic of Kazakhstan/ *Journal of Advanced Research in Law and Economics*, (Volume VII, Fall), 6(20):1389 – 1398, doi: 10.14505/jarle.v7.6(20).17. ISSN: 2068-696X.

2. Тимофеев А.И. Роль выставок и ярмарок в продвижении товара / И.И. Тимофеев. Практический маркетинг – 2007 - №3. Стр. 12

3. Левшаков В.Г. Особенности военно-экономического обоснования путей развития образцов вооружения в современных условиях. Вестник Военного университета. 2010. № 3 (23). С. 155 – 159.

4. Кушнир А.М. Рекламно-выставочная деятельность на мировом рынке продукции военного назначения. Гуманитарные науки. Экономика.

5. Выставка KADEX-2016 в Астане включит семь тематических направлений Информационное агенство "Оружие России".

*Научный руководитель: Каскатаев Н.М., к.э.н., доцент*