

ӨОЖ 339. 137. 2 (574)

С.Б. Баймұханова¹, М.В. Ахмедьярова²

¹ Өл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ.
E-mail: bsariya@rambler.ru

² Халықаралық бизнес академиясы, Қазақстан, Алматы қ.
E-mail: amv48@rambler.ru

Бәсекеге қабілеттілік – ел экономикасы дамуының басты шарты

Андатпа. Мақалада бәсекеге қабілеттілік және сапа ұғымдарына терең талдау жасалып, оның ел экономикасының дамуына тигізетін әсері қарастырылған. Бәсекеге қабілеттілік ұғымына қатысты бірқатар отандық және шетелдік авторлардың еңбектерін зерттей және оларды жүйелей отыра автордың көзқарасы, олардың мәні, айырмашылықтары негізделген. Зерттеу аппараты болып табылатын терминдерге қатысты, олардың қолданылуы бойынша әістемелік ұсыныстар жасалған. Нарық экономикасы жағдайында өнімдердің бәсекеге қабілеттілігін арттыру мақсатында инновацияны пайдалану, яғни жаңашылдықтарды енгізу қажеттілігі негізделген. Зерттеудің негізгі ерекшелігі, одан алынған ғылыми нәтиже, яғни бәсекеге қабілеттіліктің мәні және оның нарық экономикасы кезеңіндегі ел экономикасын дамытудағы рөлі болып табылады.

Қазақстанның ғаламдық бәсекелестік аймаққа енуінің нақты жолдары жөнінде, қандай шараларды жүзеге асыру жайында автор өз ойымен бөліскен.

Түйін сөздер: бәсекеге қабілеттілік, тауардың бәсекеге қабілеттілігі, өнімнің бәсекеге қабілеттілігі, сапа, инновация, кәсіпорынның икемді дамуы, өнім сапасы.

Жұмыста зерттеуде қолданылған кейбір терминдерге, олардың мәндеріне байланысты көзқарас қалыптастырып, ұсыныстар жасау мақсаты қойылған. Мысалға, бәсекеге қабілеттілік, өнім сапасы, тауардың, өнімнің бәсекеге қабілеттіліктері және т.б.

Мәселенің өзектілігі қазіргі ел экономикасы дамуының негізі, әлемдік нарыққа шығу үшін сапалы, бәсекеге қабілетті өнім өндіру қажеттілігі.

Әлемдік тәжірибе көрсетіп отырғандай, бәсекеге қабілеттілік кез келген елдің экономикасының дамуының ерекше маңызды факторы және шаруашылық кешенінің ең жақсы экономикалық көрсеткіші болып табылады.

Бәсекеге қабілетті экономиканы құруда сәттілікке жету қажетті әлуетті жинақтауға мүмкіндік беретін бірқатар сатыдан өтумен сипатталады.

Өзгерулердің бастапқы сатысында тұрған елдер бәсекеге қабілетті тауарларды өндіретін салалардың тар шеңберінің болуымен сипатталады. Бәсекелестік артықшылықтарына, негізінен, табиғи қорлар және арзан жұмыс күші сияқты негізгі факторлар есебінен қол жеткізіледі [1, 4-7

бб.]. Мұнда жоғары технологиялардың болмауы төмен бағамен өтеледі. Сыртқы нарыққа шығу жаңа технологияларды жеткізетін немесе кейде басқарушылық факторларды атқаратын шетелдік серіктестермен біріккен кәсіпорындарды құру арқылы жасалады.

Жоғары технологиялардың болмауы және экспорттық өнім түрлерінің шектелгендігі экономиканы әлемдік конъюктураның құбылыстарына өте сезімтал қылады. Мұндай экономика қазіргі жағдайларда сәттілікке жетпейді.

Бүгінгі күнде республика бәсекеге қабілетті тауарлар өндіретін салалардың тар шеңберімен сипатталатын сатыда тұр. Жалпылама қабылданған өлшеулер бойынша, саланың үлесіне әлемдік экспорттың 25-30%-ы келетін болса, ол бәсекеге қабілетті болып саналады.

«Бәсекеге қабілеттілік» сипаттамаларын, оның нарықтық стратегия мен «кәсіпорынның икемді дамуы» сапалы жаңа экономикалық категориясымен өзара байланысын зерттеуді бастай отырып, бұл ұғымды қалай түсіну керектігін анықтап алу қажет.

Экономикалық ғылымда «бәсекеге қабілеттілік» ұғымы пікір тартысарлық болып табылады. Бұл бәсекелестікке қабілеттілік пен оның анықтамаларындағы елеулі айырмашылықтардың болуына себеп болады. Бірқатар отандық және шетелдік зерттеушілердің еңбектерін зерттей және олардағы ұғымдарды жүйелей отырып, біздің ойымызша ең қисынды және толыққанды анықтама К.А. Сагадиевпен оның соңғы жұмыстрының бірінде берілген: «ұлттың бәсекеге қабілеттілігі – бұл ұзақ уақыт бойы халықтың нақты табысын қолдай және арттыра отырып, халықаралық нарықтардың талаптарына сәйкес келетін тауарлар мен қызметтердің өндірісінде еркін нарықтық экономика жағдайларында ел мүмкіндіктерінің деңгейі» [2, 78-82 бб.].

Ұйымның бәсекеге қабілеттілігінің ұғымын, әдетте, оның тиімді өндірістік-шаруашылық және коммерциялық қызметін қамтамасыз ете отырып, бәсекелестерге қарсы тұру, тұтынушыларды сақтау мен көбейту мүмкіндіктерін бағалаумен байланыстырады [3].

Тауардың бәсекеге қабілеттілігі, өз қатарына, М.И. Кныштің пікірінше, бұл өнімнің нақты сатып алып жатқан тұтынушы үшін тартымдылығының деңгейі [4, 35-б.]. Тауардың бәсекеге қабілеттілігі ұғымының мәнін аша отырып, К. Бейсембетовтің пікірінше, бәсекеге қабілеттілік – бұл тауардың бәсекелестің тауарынан оның нақты қоғамдық қажеттілігі, сонымен бірге оны қанағаттандыру шығындары дәрежесі ретінде ажырататын сипаттамасы [5, 47-51-бб.].

Ұсынылған анықтамаларды, жеке алғанда тауардың бәсекеге қабілеттілігін талдай отырып, анық болып тұрғаны – экономикалық категория ретінде тауардың тұтынушының қажеттіліктеріне сәйкес болу, сатылу қабілеті. Бәсекеге қабілеттілік, сападан басқа, маркетингтік, коммерциялық және экономикалық құрамдастардан тұрады, олар тауардың тұтыну бағасын құрайды, бұл баға сатып алу бағасы болып табылмайды, тауардың пайдалану үдерісіндегі қолдану тиімділігін көрсетеді. Осылайша, тауардың бәсекеге қабілеттілігі – жоспарлы және күрделі мәселе, оны шешудің дәрежесін жалпы елдің экономикасының дамуының көрсеткіші ретінде көруге болады.

Өнімнің бәсекеге қабілеттілігінің деңгейіне нарықтың келесі факторлары елеулі әсер

етеді: нарықтың жеке сегменттерінің еңбек сыйымдылығына сұранысты қанағаттандыру дәрежесі, бәсекелестердің болуы, тауарлардың әлеуметтік-демографиялық сипаттамалары, қамтамасыз ету және өткізу желісінің және сатудан кейінгі қызметтің дамуы. Әр тауар үшін оның бәсекеге қабілеттілігінің деңгейін бағалау қажет, бұл кейін талдау жасап, сәтті баға саясатын әзірлеу үшін керек. Сатып алушылардың мінез-құлқын зерттеу көрсетіп отырғандай, салыстыру мен таңдау үдерісінде тауарды пайдалану және сатып алу шығындарының пайдалы тиімділігі басқа ұқсас тауарлармен салыстырғанда артығырақ болған тауар жеңіп шығады.

«Тауардың бәсекеге қабілеттілігі» ұғымының мәнін қарастыра отырып, оның «өнім сапасы» ұғымымен өзара байланысына көңіл бөлген жөн. Берілген екі ұғымның нақты байланысы олардың бірін-бірі өзара толықтыратындығы көрініп тұр, алайда көп жағдайда болатындай, бұл экономикалық категориялардың айырмашылықтарын нақты түсінудің жоқтығына байланысты, оларды ұқсастыру дұрыс емес. Е.М. Белый мен С.В. Барашковтың пікірінше, бұл ұғымдарды келесі аспектілерде қарастырған жөн. Біріншіден, кез келген тауардың бәсекеге қабілеттілігі тек сатып алушының қызығушылығын тудыратын және тиісті қажеттіліктің қанағаттандырылуын қамтамасыз ететін қасиеттерінің жиынтығымен анықталады, ал көрсетілген шектерден тыс шығатын көрсеткіштер бағалау кезінде есепке алынбау қажет, яғни өндіруші үшін тиімділік көрсеткіштері тұтынушы үшін жиі жағдайда маңызды емес. Екіншіден, өнім сапасының деңгейін анықтаудың қажетті элементі бәсекелестікке қабілеттілікті бағалау кезінде таңдауы біршама қиын болатын қайсыбір негіздік үлгімен салыстыру болып табылады. Үшіншіден, сапаны бағалау және нысандардың арнауы мен қолдану аясын ғана емес, негізгі конструктивті және технологиялық ерекшеліктерін есепке алып кейінгі негізделген бағалауы болып табылады. Ал негіз ретінде нақты қажеттілікті қанағаттандыра алынатын бәсекелестікке қабілеттілік жайғасымынан қарағанда, элементтік негіз, атқарымдық ұстанымдары, дайындау технологиясы бойынша айырмашылығы бар, бірақ бір қажеттіліктің түрін қанағаттандыра алатын бұйымдарды салыстыру. Төртіншіден, қолданыстағы норма-

тивті құжаттарға сәйкес сапаның талдауын жасау тауардың бәсекеге қабілеттілік дәрежесін бағалай алмайды [6, 30-3-бб.].

Жоғарыда аталғанға сүйене отырып, егер сапа деп қасиеттердің жиынтығы түсінілсе, бәсекеге қабілеттілік олардың нақты қоғамдық қажеттілікке сәйкес болуымен сипатталады. Бұл жағдайда, бәсекеге қабілеттіліктің деңгейін бағалау кезінде бір қажеттілікті қанағаттандыратын бірыңғай емес тауарларды салыстыру да мүмкін. Сапаның сипаттамалары, әдетте өндірушінің мүдделеріне сай анықталады, ал бәсекеге қабілеттіліктің сипаттамалары, ең алдымен, тұтынушының мүдделерін қорғайды. Өнімнің сапасының деңгейі мен техникалық деңгейі қазіргі өндірістің деңгейімен анықталады, ал бәсекеге қабілеттілікті бағалау үшін, оны оның қажеттіліктерінің даму деңгейімен салыстыру керек, мұнда бәсекеге қабілеттіліктің қажеттіліктердің даму деңгейінен артуы жеке сипаттамалар бойынша сатып алушымен бағаланбауы мүмкін және қажетті экономикалық тиімділік бермейді. Осылайша, өнімнің бәсекеге қабілеттілігін арттыру – бұл көп жоспарлы және кешенді тапсырма, оны шешу отандық кәсіпорындар мен жалпы ұлттық экономика үшін басым стратегиялық бағыттама ретінде саналады.

Жоғарыда аталғанның бәрін қорытындылай отырып, Қазақстанның ғаламдық бәсекелестік аймаққа енуінің нақты жолы, біздің ойымызша, келесі бағыттарды жүзеге асыруда екенін айта кету керек:

- кен өндіру салаларында шикізатты алғашқы өңдеу дәрежесін нығайту;
- жаңа технологияларды игеру, ғылыми-техникалық зерттеулер, шикізаттың, материалдардың жаңа қайнар көздеріне капиталды салудан тұратын кәсіпорындардың инвестициялық саясатының бағыттарын әзірлеу;
- халықаралық бәсекеге қабілеттіліктің ұлттық саясатын әзірлеу;
- импортты қысқарту және отандық тауар өндірушілерін қолдау;
- қазақстандық бәсекелестік ортаның сапасының әлемдік нарықтың аналогтарының сапасымен біртіндеп жақындастыру;
- акциялардың бір бөлігін шетелдік стратегиялық инвесторларға сату арқылы халықаралық дамыған желілерді пайдалану құқығына ие болу мүмкіндігі;

– елде бар жоғары білікті, білімді және сұранысқа ие персоналды пайдалану арқылы қазіргі заманғы инфрақұрылымды дамыту.

Осыған байланысты, Қазақстан Республикасының 2003-2015 жылдардағы индустриалды-инновациялық дамуының Стратегиясын әзірлеу және енгізу өзекті мәселе, оның мәні мемлекет экономикасының қазіргі жоғары технологиялы құрылымын құру және оның шикізатты бағдарлануынан жедел өту туралы белсенді саясаты болып табылады. Ең басты тапсырмалардың бірінші сатысында бәсекеге қабілетті экспортты өнімді құруға мақсатталған ғылым мен өндірістің күштерін біріктіру тұрады. Осы бағдарламаға сәйкес 2015 жылға қарай жалпы ішкі өнімді 2000 жылмен салыстырғанда 3,5 есе арттыру, ЖІӨ энергосыйымдылығын 2 есе төмендетіп, еңбек өнімділігін 3 есе арттыру жоспарланды [7].

Жоғарыда аталғанға сүйене отырып, бүгінде республиканың даму кезеңінде және тұрақты экономикалық өсуге қол жеткізу үшін бәсекеге қабілетті ұлттық экономиканы құру арқылы, отандық кәсіпорындарға талаптар кешенін ұсынады, оның сәтті орындалуына жеке алынған шаруашылық бизнес-бірліктің, сонымен бірге жалпы экономиканың атқарымдылығының тиімділігі тәуелді [8].

Қазіргі жағдайда, бәсекеге қабілеттілік елеулі түрде инновацияларды құру және пайдалану қабілетіне тәуелді. Инновацияны пайдалану тамақ өнеркәсібі кәсіпорнының техникалық-экономикалық дамуына әсер етеді. Бұл әсерді бағалау жеке шаралардың, сонымен қатар жалпы инновациялық бағдарламаның тиімділігін анықтаудың арнайы әдістерін қолдануды талап етеді.

Қазақстан экономикасы үшін бүгінгі күнде төмен инновациялық белсенділік тән. Қолда бар ғылыми-техникалық әлуеттің сұранысқа ие болмауының басты себептерінің бірі, ғылым мен өнеркәсіп арасындағы бұрынғы байланыстардың бұзылғаны, ал жаңалары әлі жақсы жұмыс жасамайтындығы болып табылады. Сонымен қатар ғылым мен өнеркәсіп арасындағы өзара әрекеттестіктің нарықтық механизмі инновациялық қызметті нығайтуда өте маңызды.

Біздің елде «Қазақстан 2030» даму бағдарламасы, Қазақстан Республикасының 2003-2015 жылдардағы индустриалды-инновациялық дамуының Стратегиясы, Н.Ә. Назарбаевтың

Қазақстан халқына жыл сайынғы жолдауы бар [7]. Үнемі салалық стратегиялар және даму бағдарламалары бекітіледі. Аталмыш Қазақстандық кластерлік инициатива – территориясы арқылы және экономикалық жағынан байланысты кәсіпорындар мен белгілі бір салаға қатысты оларға жөнелтпе ұйымдардың топтарын дамытуды жүзеге асыру. Егер кәсіпорын қызметі өнімнің ассортиментін кеңейту, сапасын және шығарылатын өнімнің бәсекеге қабілеттілігін арттыру, өндірістің технологиясы мен ұйымдастыруын жетілдіру мақсатында инновацияларды іздеу және жүзеге асыруға бағытталған болса, стратегия көздейтін барлық өзгерістер (негізгі бағдарламалық құжат, мемлекеттің келешек 10 жылда дамуын анықтайды) болуы мүмкін.

Тамақ өнеркәсібі кәсіпорындарында ғылыми-техникалық прогрестің жетістіктерін енгізу олардың шығаратын өнімінің бәсекеге қабілеттілігінің артуымен, яғни елдің әлемдік нарықта жайғасымының нығаюымен және мемлекеттің жалпы бәсекеге қабілеттілігінің өсуімен байланысты. Ғылыми-техникалық прогрестің ең дамыған елдердің жалпы ішкі өнімінің өсуіне қосқан үлесі түрлі бағалаулар бойынша 75-тен 100%-ға дейін. Бұл инновациялық қызметтің макроэкономикалық көрсеткіштерге әсер ете отырып, жалпы мемлекет үшін маңызы бар дегенді білдіреді. Халықаралық стандарттарға сәйкес, инновация нарыққа енген жаңа немесе жетілдірілген өнім, тәжірибелік қызметте қолданылатын жаңа немесе жетілдірілген технологиялық үдеріс немесе әлеуметтік қызметтердің жаңа тәсілі ретіндегі инновациялық қызметтің соңғы нәтижесі деп анықталады [9, 30-31-бб.]

Инновация – бұл білімді, тапқырлықты, дарынды қажет ететін, тынбас жинақталған жұмыс, ол нарыққа бағытталу керек, оның қажеттіліктеріне басшылық ету керек. Кәсіпорын инновациялық қызметті атқару үшін, оның кәсіпкерлік атмосферасын құру және жаңаны жағымды мүмкіндік ретінде қабылдауға көмектесетін құрылымы мен жағдайы болу керек.

Нарық жағдайында инновациялық қызметті өндірістік-коммерциялық қызметтің бөлігі ретінде қарастыруы тиіс. Жаңашылдықтарды енгізу арқылы қажетті бәсекеге қабілеттілікке қол жеткізіледі, дағдарыстық жағдайларынан өтеді. Инновациялық қызмет шаруашылық

қызметтің барлық түрлері мен бағыттарының қатарында ерекше орны бар, бұл елеулі түрде оның экономикалық өсуді және дамуы қамтамасыз етудегі рөлімен анықталады.

Қалыптасқан жағдайларда нарыққа өз өнімімен шыға отырып, кез келген кәсіпорын нарықта өз өнімін өндіру және сату үшін қолайлы жағдайлар жасау қажет. Бұл оған өзіне бәсекелестерге қарағанда ең қолайлы жағдай жасауға мүмкіндік береді. Яғни әр тамақ өндіруші нарықтың талаптарына сәйкес, өзінің даму жолын іздестіру керек. Басқа сөзбен айтқанда, капиталды қолданудың жаңа түрлерін, өндірістің жаңа экономикалық жағынан тиімді технологияларын, өнімді тұтынушыға жеткізудің жаңа түрлерін іздеу, нарық конъюктурасын білу, кәсіпорынның ішкі мүмкіндіктерін оның талаптарына бейімдеу және т.б. болу керек. Бұл, өз кезегінде, жаңа білімдердің, тұжырымдамалар мен тәсілдердің жетілдірілуін көздейді және әр кәсіпорынның стратегиясын әзірлеу қажеттілігінде өз көрінісін табады.

Қазақстан халқын ұсынылатын тұтыну нормаларына сәйкес қамтамасыз ету үшін, сүт пен сүт өнімдерін жылына адам басына 405 кг мөлшерде жеткізу қажет, себебі біз жоғары деңгейді алуымыз керек, ал бұл үшін сүтті сапалы 6,6 млн тонна өндіру керек, бұл әлемдік өндірістің 0,96%-ын (684 млн тонна) ғана құрайды. Бұған тек дамудың инновациялық жолын – кәсіпорыннан ұлттық экономикаға дейін барлық деңгейлерде бәсекеге қабілеттілікті қамтамасыз етудің жалғыз тиімді әдісін пайдалану арқылы жетуге болады. Сондықтан инновациялық қызметке қызығушылық тәжірибелік қолданыс сферасына айналды.

Қазіргі кезде жеке кәсіпорындар мен ұйымдардың, сонымен қатар аймақтардың инновациялық белсенділігі мен инновациялық әлуеті өте өзекті мәселе болып отыр, бұл статистика қызметтері қалыптастыратын көрсеткіштер жүйесін пайдалану қажеттігін көрсетеді.

Қазіргі кезде Қазақстан Республикасының тамақ өнеркәсібінің кәсіпорындары қатаң бәсекелестік жағдайында жұмыс істеуде, әсіресе бұл шетелдік өндірушілер тарапынан байқалады. Отандық өндірушілер мен Қазақстанға импорттайтын шетелдік жеткізушілер арасында азық-түлік өнімдерін өндіру мен өткізуде бәсекелестіктің күшеюі ұлттық компаниялар мен фирмалардан отандық нарықтағы жайғасымды

сақтап қалу үшін бар күшті мобилизациялауды қажет етеді.

Елдің тамақ өнеркәсібінің дамуында инновациялық және кластерлік тәсілді қолдану қазір бәсекеге қабілеттілікті арттырудың негізгі құралдарының бірі болып табылады. Тамақ өнеркәсібі – кластер құру мен инновациялық өндіріс үшін ең басымды салалардың бірі. Тамақ өнеркәсібінің бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін азық-түлік өнімдерін өндіру мен өңдеудің кластерін дамыту қажет.

Жоғарыда аталғанның барлығын қорытындылай келе, жоғары сапалы, экологиялық жағынан қауіпсіз, импортты алмастыратын, нарықтық жағдайларда бәсекеге қабілетті өнімді шығару үшін, тамақ өнеркәсібі кәсіпорындарында техника-технологиялық деңгейді көтеру, тек қазіргі заманның емес, келешектің де талаптарына сай соңғы ғылыми-техникалық жанаушылықтардың негізінде өнімді шығару бойынша қазіргі заманғы өндірісті құру, кәсіпорынның дамуы үшін қажетті және жеткілікті инвестицияларды ажырату, сонымен қатар кәсіпорындардың ғылыми-техникалық қамтамасыз етілуінің мемлекеттік қаржылық қолдауын жүзеге асыру, ұйымдастырушылық-экономикалық және мемлекеттік-құқықтық сипаттағы шаралар кешенін жасау қажет екенін айта кету керек.

Қорытынды ретінде жаңалықтарды енгізу әрқашан да өндіріс дамуында үлкен мәнге ие болатынын айта кету керек. Қазіргі экономикада инновациялардың рөлі елеулі артып отыр. Олар экономикалық өсудің және бәсекеге қабілеттіліктің негізгі факторлары болып табылады. Дамыған елдердің тәжірибесі көрсетіп отырғандай, ҒТП (ғылыми-техникалық прогресс) кезеңінде өндірістік күштер аясында түбегейлі өзгерістер, өндіріс факторларының жаңа үйлесімдерінің жедел ауысуы, жаңашылдықтарды кеңінен енгізу қазіргі экономикалық өмірдің қалыпты жағдайы болып келеді. Егер инновациялық тәсіл дамыған елдерде өспелі рөлді атқарса, қазіргі Қазақстанда нарықтық экономика жағдайларында бұл рөл аса жоғары.

Әдебиеттер

1 Кенжегузин М.Б. Индустриально-инновационное развитие Республики Казахстан // Саясат-Policy, 2003. – № 3. С. 4-7.

2 Сагадиев К.А. Проблемы конкурентоспособности национальной экономики // Саясат-Policy, 2002. – № 12. – С. 78-82.

3 Турусин Ю.Д., Ляпина С.Ю., Шаламова Н.Г. Стратегический менеджмент: учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2003. – С. 232.

4 Кныш М.И. Конкурентные стратегии: учеб. пособие. – СПб.: Любавич, Санкт-Петербург, 2000. – С. 35.

5 Бейсембетов К., Долдаханова Ж., Алипбаева Д., Оспанова А.К. К проблеме конкурентоспособности на рынке потребительских товаров // Аль-Пари, 2001. – № 4. – С. 47-51.

6 Белый Е.М., Барашков С.В. Конкурентоспособность и качество продукции: два уровня управления // Маркетинг, 2002. – № 4 (65). – С. 30-31.

7 Стратегия индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2003-2015 гг. Утверждена Указом Президента РК от 17 мая 2003 г., № 1096 // Собрание актов Президента РК и Правительства РК, № 23-24. – Астана, 2003. – 247 с.

8 Мамыров Н.К., Саханова А.Н., Ахметова Ш.С., Брузати Л. Государство и бизнес. Государство, предпринимательство и общество. Книга 1: учебник. – Алматы: Экономика, 2002. – 406 с.

9 Статистика науки и инноваций. Краткий терминологический словарь. – М., 1996. – С. 30-31.

References

1 Kenzheguzin M.B. Industrialno-innovatsionnoe razvitiye Respubliki Kazakhstan // Sayasat-Policy, 2003. – № 3, 4-7 p.

2 Sagadiyev K.A. Problemi konkurentnosposobnosti nasionalnoy economici // Sayasat-Policy, 2002. – № 12. – 78-82 p.

3 Turusin U. D., Liapina S.U., Shalamova N.G. Strategicheskii menegment: Uchebnoe posobie. – M.: INFRA-M, 2003. – 232 p

4 Knish M.I. Konkurentnye strategiy: Manual. SPB.: Lubavich, Sankt-Peterburg, 2000. – 35 p.

5 Beisembetov K., Doldahanova Zh., Alipbaeva D., Ospanova A.K. K problem konkurentnosposobnosti na rinke potrebitelskih tovarov // Al-Pari, 2001. – № 4. – P. 47-51.

6 Belyiy E.M., Barashkov S.V., Konkurentnosposobnost I kachestvo produksi: dva urovnia upravleniya // Marketing, 2002. – № 4 (65). – 30-31 p.

7 Strategia industrialno-innovacionnogo razvitya Respubliki Kazakhstan na 2003-2015gg. Utverzhdena Ukazom Prezidenta RK ot 17 maya 2003 g., № 1096 // Sobranie aktov Prezidenta RK I Pravitelstva RK, № 23-24. – Astana, 2003. – 247 p.

8 Mamirov N.K., Sahanova A.N., Ahmetova Sh.S., Bruzati L. Gosudarstvo i biznes. Gosudarstvo, predprinimatelstvo i obshestvo. Kniga 1: Textbook. – Almaty: Economica, 2002. – 406 p.

9 Statistika nauki i innovasyi. Kratkyi terminologichesky slovar. – M., 1996. – 30-31 p.

С.Б. Баймұханова, М.В. Ахмедьярова

Конкурентоспособность – главное условие развития экономики страны

Производство конкурентоспособных и экспортно-ориентированных товаров, работ и услуг в пищевой промышленности и сфере услуг является главным предметом государственной индустриально-инновационной политики.

Обострение конкурентной борьбы между мировыми производителями продовольствия за расширяющиеся рынки сбыта усугубляет проблему конкурентоспособности отечественной продукции.

В этой связи в статье рассматриваются вопросы конкурентоспособности продукции как основное условие развития экономики страны.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентоспособность товара, конкурентоспособность продукции, качество, инновация, качество продукции.

S.B. Baimukhanova, M.V. Akhmediyarova

Competitiveness – the basic condition of development of national economy

Manufacture – the competitive and export-focused goods, works and services in the food-processing industry and sphere of services is the main subject of the state industrially-innovative policy.

The aggravation of competitive struggle between world manufacturers of the foodstuffs for extending commodity markets aggravates a problem of competitiveness of a domestic production.

Thereupon in article questions of competitiveness of production as the basic condition of development of national economy are considered.

Keywords: competitiveness, competitive industry, competitive production, quality, innovation, quality of production.