

ӘОЖ 005-027.21

Д.С. Ахметов

Т. Рысқұлов атындағы Қазақ экономикалық университеті, Қазақстан, Алматы қ.

E-mail: darhanserik@mail.ru

Еуразиялық ынтмақтастық аясында кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін арттыру бағыттары

Еуразиялық ынтмақтастық – бұл тиісті ынтмақтастық құрылымдары негізінде ТМД мүше елдердің құруға ұсынылған, біріңғай саяси, экономикалық, әскери, кеден, гуманитарлық, мәдени кеңістік пен ұштасқан тәуелсіз постсоветтік мемлекеттердің одағының жобасы. Еуразиялық ынтмақтастықтың барлық қатысушылары ақтық мақсат инновациялық экономиканы құруды көздейтін нақты және анық әрекеттер стратегиясын әзірлеулері тиіс. Бұл оларға «тек шикізат өнімдерін экспорттаушылары» мәртебесінен шығып әлемдік «енбек бөлінісінде» абыройлы орындарды иеленуге мүмкіндік береді. Сондықтан да Еуразиялық ынтмақтастық аясында казакстандық кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілігін арттыру мәселелері өзекті болып табылады.

Түйін сөздер: интеграция, бәсеке, бәсекеге қабілеттілік, өндірістік кәсіпорындар

Д.С. Ахметов

Направления повышения конкурентоспособности предприятия в рамках евразийской интеграции

Евразийская интеграция – это проект союза независимых постсоветских государств с единым политическим, экономическим, военным, таможенным, гуманитарным, культурным пространством, предполагающий создание странами-членами СНГ на базе соответствующих интеграционных структур. Все участники евразийской интеграции призваны выработать ясную и четкую стратегию действий, имеющую своей конечной целью создание инновационной экономики. Это позволит им выйти из статуса «периферийных экспортеров сырья» и занять более достойное место в мировом «разделении труда». Поэтому вопросы повышения конкурентоспособностей казахстанских предприятий в рамках евразийской интеграции являются очень актуальными.

Ключевые слова: интеграция, конкуренция, конкурентоспособность, промышленные предприятия.

D. Akhmetov

Issues of the enterprises competitiveness growth in the framework of the Eurasian Integration

Eurasian integration is a project of the independent post-Soviet states union with a single political, economic, military, customs, humanitarian and cultural space, intended to be created by the CIS member countries on the basis of the respective integration structures. All the members of the Eurasian integration designed to develop a clear and concise strategy of action, having as its ultimate goal the creation of an innovative economy. This will allow them to get out of the status of “peripheral exporters of raw materials” and take a worthy place in the world “division of labor”. That is why the questions of the competitiveness of Kazakh enterprises within the Eurasian integration are very important.

Key words: integration, competition, competitiveness, industry.

Халықаралық ынтмақтастық (интеграция) – бұл экономикалық достастық шырмауымен байланған мемлекеттердің тиісті деңгейдегі бірлестіктері. Ынтымақтастық – аймақтық экономикаларды жедел дамытудың және әлемдік нарықта бәсекелестікті арттырудың мықты құралы. Ынтымақтастық бірлестік табысты жұмыс жасау үшін бірқатар объективті және

субъективті факторлардың үйлесімі қажет. Бірінші кезекте, бұл экономикалық факторлар: оған кірігетін мемлекеттер әлеуметтік-экономикалық дамудың және ЖҰӨ өсімінің жоғары қарқыны бірдей болуы шарт. Мемлекеттердің басшылықтарының қалауы және ынтмақтастық бірлестіктің қызметі үшін жоғары ұлттық құрлымдарды құруға

даярлығы сонымен қатар мемлекеттердің географиялық жақындығы және мәдениеттік-тарихи тағдырластығы секілді саяси факторлар зор мәнге ие. Әлемдік сауданың дамуындағы маңызды үрдістер ХХ ғасырдың жартысында оның халықаралық ұйымдарында жаңа құбылыстардың пайда болуына жағдай жасады. Осы құбылыстардың қатарына аймақтықты яғни кеден одағы, еркін сауда аймақтары түрлері,

бойынша жекеленген мемлекеттердің ерекше тығыз әрекеттесуін жатқызуға болады. Әртүрлі деректер бойынша осындай топтасулардың саны 90-жылдардың аяғында 80-нен 100-ге дейін жетіп асты. Дүниежүзілік банктің есебі бойынша осындай ынтымақтастық шеңберінде әлемдік сауданың жартысынан астамы жүзеге асады. Неғұрлым танымал аймақтардың атауы төменгі кестеде (1-кесте) сипатталған.

1-кесте – Тоғыз ірі халықаралық аймақтық сауда ынтымақтастықтардың қатысушылары

№	Халықаралық аймақтық сауда ынтымақтастықтар	Құрылған жылы	Қатысушы-мемлекеттер
1	Еуропалық одақ (ЕО)	1992	Австрия, Германия, Ұлыбритания, Италия, Ирландия, Франция, Испания, Португалия, Финляндия, Швеция, Дания, Бельгия, Люксембург, Нидерланды, Грекия
2	Еркін сауда туралы Солтүстік-Америкалық келісім (НАФТА)	1994	АҚШ, Канада, Мексика
3	Еуропалық еркін сауда ассоциациясы (ЕАСТ)	1960	Исландия, Норвегия, Швейцария, Лихтенштейн
4	Азиялық – Тынықмұхиттық экономикалық достастығы (АТЭС)	1989	Австралия, Бруней, Малайзия, Сингапур, Таиланд, Жаңа Зеландия, Папуа-Жаңа Гвинея, Индонезия, Филиппины, Тайвань, Гонконг, Жапония, Оңтүстік Корея, Қытай, Канада, АҚШ, Мексика, Чили
5	Оңтүстік конус мемлекеттерінің жалпы нарығы (МЕРКОСУР)	1991	Бразилия, Аргентина, Парагвай, Уругвай
6	Оңтүстік-Африкалық даму комитеті (САДК)	1992	Ангола, Ботсвана, Лесото, Малави, Мозамбик, Маврикий, Намибия, ОАР, Свазиленд, Танзания, Зимбабве
7	Батыс-Африкалық экономикалық және валюталық одақ (ЮЭМОА)	1966	Кот-д’Ивуар, Буркина-Фасо, Нигерия, Того, Сенегал, Бенин, Мали
8	Оңтүстік-Азиялық аймақтық әріптестік ассоциациясы (СААРК)	1985	Үндістан, Пәкістан, Шри Ланка, Бангладеш, Мальдив аралдары, Бутан, Непал.
9	Андтік пакт	1969	Венесуэла, Колумбия, Эквадор, Перу, Боливия

Дереккөз: CIA World Factbook 2014, IMF WEO Database агенттігінің негізінде

Аймақтық экономикалық ынтымақтастық жалпы экономикалық айырбасты және өндіріс саласын қамтитын, аймақтық көлемде бірегей шаруашылық кешенді құруды және ұлттық шаруашылықтардың тығыз байланысын меңзейтін, ұлттық шаруашылықтарда еңбек бөлінісінің және экономикалық байланыстардың тұрақты даму процесін білдіреді.

Экономикалық ынтымақтасу күрделі әрі карама-қайшылыққа толы процесс. Ол тек қана экономикалық емес, саяси себептермен де жағдайласқан бірақ, ынтымақтастықтың негізгі

себебі ұлттық шаруашылық шеңберінен асып кеткен жоғары дамыған өндіріс факторларының талаптары екені анық.

Аймақтық ынтымақтастық арқылы нарықты кеңейту қатысушы-мемлекеттер үшін өндіріс көлемінде маңызды үнемділікке алып келетіні тәжірибие және теориялық зерттеулер дәлелдеп отыр. Сонымен бірге, олар егер ынтымақтастық бірлестіктердің қатысушы-мемлекеттері бірдей өнім ассортиментін шығаратын болса, онда бәсекелестіктің күшеюінен өндіріс тиімділігінің қосымша пайдаларын иеленеді. Бұл жағдайларда

тиімсіз өндірістер қысқарып неғұрлым бәсекеге қабілетті өндірістер кеңейеді.

Қазақстанның ТМД мемлекеттерімен ортақ экономикалық кеңістікті сақтап қалу және бекітудегі шынайы қызығушылығы келесі себептермен анықталады.

Бұрынғы Кеңес одағының шеңберінде қызмет еткен республикааралық өзара байланыс жүйесі ТМД құрудың шынайы негізгі болып табылады. Әр республика маңызды шикізаттық ресурстар жеткізулерден және ақтық өнімдерді өткізу нарықтарын иеленуден басқа республикалардан тәуелділікте болғандықтан, мемлекеттің бірегей халық шаруашылық кешеніне терең ынтымақтасқа мәжбүр [1].

Қазақстанның жақын шетелдегі мемлекеттерінің нарықтарында қатысу қажеттілігі бұрынғы жалпы кеңестік тарихтан туындайтын жағдайлардан ғана емес, сонымен қатар қазақстандық экономиканың болашағын анықтайтын факторларға да негізделеді. Кеңес одағы ыдырағаннан кейін Қазақстанның ел экономикасының тиісті қажеттіліктерінің 50-100 % қамтамасыз ететін түсті және сирек металлдардың көптеген кен орындары, машина жасау, тау-кен және металлургиялық және химия өнеркәсібінің кәсіпорындарының маңызды бөлігі, сонымен қатар көптеген шекаралық өткелдер, порттар, құбыр желілері және басқа да коммуникациялар тыс қалды. Қазақстандық өндірушілердің кең, тарихи игерілген өткізу нарығына олардың дайын өнімдерін өткізуге қызығушылықтары олардың өнімдерінің әлемдік деңгейде бәсекеге қабілетсіздігімен және де инвестициялық ресурстардың жетіспеушілігімен түсіндіріледі [2].

Сонымен бірге, бұрынғы Кеңес одағының республикалары – жаңа тәуелсіз мемлекеттер үшін ресейлік нарық көптеген өндіріс түрлерінің және ауыл шаруашылық өнімдерінің, қуат тасымалдаудың, шикізат және материалдардың экспорты және импорты үшін жалғыз ғана баламасыз өткізу нарығы болып табылады [3].

Қазіргі таңда Кеңес одағы ыдырағаннан кейін қалыптасқан тәуелсіз мемлекеттердің жақындасу үдерісін еуразиялық ықпалдастық деп атаудағыға енді. Бұл жағдай он жеті жыл бұрын мүлде өзгеше еді. Елбасымыз 1994 жылдың наурыз айында ТМД платформасында сапалық жаңа интеграциялық бірлестік – Мемлекеттердің Еуразиялық Одағын құруды тұңғыш рет ұсынды.

Бұл идеяны ол М.В. Ломоносов атындағы ММУ академиялық аудиториясында жариялады. Елбасы ТМД құрылғаннан кейін екі жылдан соң пайда болған көп қырлы ықпалдастық үдерісті тығырықтан шығару жөніндегі берік шешіммен бүкіл ТМД-ның интеллектуалдық элитасына тікелей ұсыныс жасап еді [4].

Қазақстан Республикасының Президенті ТМД-ның уақыттың объективті талаптарына жауап бермейтінін және оған мүше мемлекеттердің біздің халықтарымыз аса мұқтаж болып отырған ықпалдастықты қамтамасыз ете алмайтынын баса айтты. Осыған байланысты неғұрлым нақты қағидаларда іс-қимылдар жасайтын жаңа мемлекетаралық бірлестік құру қажеттігі туындады. Бұл бастаманың ТМД кеңістігіндегі ықпалдастық үдерістер үшін серпін бергенін көрмеуге болмайды. Ол соңғы жылдары қалыптасқан Ұжымдық қауіпсіздік шарты ұйымы, Еуразиялық экономикалық қауымдастық, Қазақстан, Беларусь және Ресейдің Кеден одағы сияқты бірқатар табысты мемлекетаралық құрылымдарды құруда сатылап өмірге алып келді [5,6].

Кеден одағының жұмысының бірінші жылының қорытындыларын шығару ұлттық ДЖӨ өсуі, шетел инвестицияларын тарту, өнімнің өзіндік құнын төмендету және басқа да көптеген шешуші көрсеткіштер бойынша оң динамиканың неғұрлым нақты цифрларын берді. Үш елдің экономикалық субъектілерінің бірегейлендірілген кедендік тарифтер мен импорттық баж салықтарына бейімделу кезеңіне байланысты белгілі бір қиындықтар туындады. Әрине, Ұлттық кедендік әкімшіліктер арасында жекелеген сәйкессіздіктер бар, олар Кеден одағы комиссиясының тәсілді жұмыстары арқылы жойылуда. Үш мемлекеттің Кеден одағы пішінінде өндірісшілердің салалық ассоциацияларының тез пайда болуы да атап өтуге болады. Біздің кәсіпкерлеріміз өз мүдделерін келісу, ішкі бәсекелестік пен өзара қолдау ережелерін қалыптастыру үшін де ықпалдасады.

Еуразиялық одақ – бүгінгі күн мен келешектің қиын сынақтарымен сыналатын ірі жоба. Ол үшін еуразиялық ықпалдастыққа қатысушылардың барлығында іс-қимылдың анық та нақты стратегиясы болуы қажет екені анық. Еуразиялық одақ ең басынан бастап бәсекеге қабілетті жаһандық экономикалық бірлестік ретінде құрылуы тиіс. «Қазақстан,

Ресей, Беларусь бүгінде Кеден одағында және бірыңғай экономикалық кеңістіктің құрамында. Барлық құжаттарды рәсімдегеннен кейін 2015 жылдың 1 қаңтарында біз Еуразиялық экономикалық одақтың құрылуына келеміз», – деп атап өтті Елбасымыз. Кедендік одақ, Біртұтас экономикалық кеңістік құру Қазақстан Республикасы үшін шикізаттық емес экономиканы дамытуға мүмкіндік береді. Шикізаттық емес экономика үшін, ең алдымен, тауарлар және қызметтерді сату (өткізу) нарығы маңызды. Егер сату (өткізу) нарығы қалыптаспаса – ешқандай да бәсекелестікке қабілетті өндіріс те болмайды. Кедендік одақ, Біртұтас экономикалық кеңістік шикізаттық емес секторды дамытуға мүмкіндіктер құрады, бірақ кепілдік бермейді. Кедендік одақтың ішінде бәсекелестіктің болатыны сөзсіз және бұл орынды да, өйткені шынайы экономика тек бәсекелестік қабілетті жағдайда ғана құрылатыны анық.

Қазіргі таңда әлемде бәсекелестік және бәсекеге қабілеттіліктің өзекті мәселелері әмбебап мәнге ие. Осы мәселелердің қалай шешілуіне баланысты, кез-келген мемлекеттің және қарапайым тұтынушылардың экономикалық және әлеуметтік өмірінің көптеген қырлары тәуелді. Бәсекелестіктің анықтамасы көп қырлы (2-кесте) және белгілі – бір анықтамамен сипатталмайды. Нарықтық қатынастардың элементтерінің 90-жылдардың басында дамуы, шаруашылық субъектілерінің дербестіктерінің кеңеюі, шаруашылық жүргізу жағдайында қалыптасқан бәсекелестік ортаның негізгі элементтерін зерттеудің қажеттілігін туындатты. «Бәсекелестік» терминінің теориялық дамуының негізгі тұжырымдары экономикалық ғылымның қазіргі заманғы даму кезеңінің экономистерінің еңбектерінде көрініс табады (2-кестені қараңыз). Осылайша, «бәсекелестік» – өздерінің субъективтік және объективтік қажеттіліктерін қанағаттандыру мақсатында өздерінің бәсекелестік артықшылықтарын басқару және нарықтық қатынастың субъектілері арасында күрестің экономикалық процесі. Көптеген экономистер дәлелдегендей, бәсекелестік қоғам дамуының қозғаушы күші, ресурстарды үнемдеудің, жұртшылықтың өмір деңгейін және тауарлардың сапасын арттырудың басты құралы болып табылады. Әсіресе, енді дамып келе жатқан қазақстандық экономика жағдайында бәсекелестіктің механизмін зерт-

теу өте маңызды. Бәсекеге қабілеттілік – өнімді өндірушіні де, тұтынушыны да қызықтыратын көрсеткіш.

Қазіргі уақытта барлық экономикалық процестердің өзара тәуелділігі және өзара байланысының күшеюі жағдайында, бәсекеге қабілеттілік түсінігі тек қана кәсіпорындағы ғана емес сонымен қатар, аймақтарға да таралады. Аймақтардың бәсекеге қабілеттілігі көп жағдайда оның өнімдерінің бәсекеге қабілеттілігімен анықталады.

Мемлекеттің бәсекеге қабілеттілігі туралы мәселелерін Гарвардтық бизнес мектебінен шыққан, атақты американдық экономист Майкл Портердің теориясы реттеуге тырысады. Мемлекеттердің бәсекеге қабілеттілігін компаниялардың бәсекеге қабілеттілігінің призмасы арқылы қарастыру М. Портердің жаңашылдығы болып табылады. М. Портер бойынша, бір жекеленген мемлекеттің бәсекеге қабілеттілігі ұлттың өнімділігімен байланысты яғни, қолда бар барлық ресурстарды (шикізат, жұмыс күші, капитал) тиімді пайдалану. Мемлекеттің хал-ауқатының дәрежесін қарастыру барысында жекеленіп алынған фирманың деңгейінде қарастыру қажет себебі, соңында аяғында ҰЖӨ және ұлттық табыс компания-өндірушілермен құрылады. М. Портер, нарық экономикасы дамыған мемлекеттердің өзінде өнеркәсіпті барлық салалары және барлық компаниялар бірдей дами алмайтынын ескертеді. Ұлттық экономиканың дамуының табыстылығы, халықаралық белсенділікті жүзеге асыратын жекеленген компаниялардың ядросының қызметіне тәуелді. Бұндай фирмалар әдетте, әр мемлекетте өндірістің шағын спектрін көрсетеді. М. Портер бойынша, бастапқыда бәсекеге қабілетті мемлекеттер емес, сол мемлекеттердің ұлттық компаниялары болғандықтан, бәсекелестік күресте табысты болу үшін фирмалар екі артықшылықтың біреуін иеленуі қажет: өндірістің төмен шығындарын иелену немесе жоғары бағамен сату үшін өнімнің сапасын дифференциалау. Әлемдік нарықта бәсекелестік компанияларды өз қызметтерін бәсекелестердің табысымен салыстыра отырып, үнемі бір-бірімен жарысуға итермелейді. Мемлекеттің халықаралық мамандануы сонымен қатар, оның ұлттық өндірушілері неғұрлым бәсекеге қабілетті экономикалық салаларымен байланысты [9].

2-кесте – «Бәсекелестік» түсінігінің экономикалық мәніне берілген анықтамалар

Авторлар	«Бәсекелестік» түсінігінің экономикалық мәнінің түсінігі	Түсініктің шаруашылық жүргізудің қазіргі таңдағы жағдайына қатыстылығы
Смит А.	«Тауарды сатудың неғұрлым тиімді жағдайлары үшін сатушылар (немесе сатып алушылар) арасында жүзеге асатын, шындыққа сай, келісімсіз күрес»	Нарықтық қатынастардың неғұрлым оңтайлы теориясы, бірақ нарықтың қазіргі таңдағы ерекшеліктерін ескере отырып, түзетулерді талап етеді
Хайне П.	«Сирек байлықтарға қол жеткізудің талаптарын жақсы қанағаттандыруға ұмтылу»	Бұл жағдайда сатып алушылардың қажеттіліктерін қанағаттандыру мақсат етілмейді
Эджуорт Ф., Курно А., Робинсон Дж.	Жетілген бәсекелестік – бұл «бағаға қатысты нарықтың шешімін тыныш мойындау» жағдайы	Тек қана жетілген бәсекелестіктің мәні терең зерттеледі, бірақ тұтынушылардың мәселелері қарастырылмайды
Чемберлин Ф.	Монополиялық бәсекелестік – «басқа фирмалардың басқа өнімдердің бәсекелестігі өзінің өнімін ұсынатын фирманың монополиялық бақылауын әлсірететін дәрежесі, фирманың «өнімі» басқа өнімдерден айрықшалану дәрежесіне тәуелді».	Тек қана монополиялық бәсекелестіктің мәнінің терең зерттелуі, ал бәсекелестіктің басқа түрлері қарастырылмаған
Найт Ф.Х.	«бәсекелесетін бірліктің көптігі және олардың тәуелсіздік жағдайы»	Бәсекелестіктің және бәсекелесетін субъектілерін анықтамаларына нақты бағыт орын алмаған
Шумпетер П.	Жаңа тауарды, жаңа технологияларды, жаңа шикізат көздерін ашуға негізделген, «ескінің жанамен жарысуы»	Жаңа тауарларды және жаңашылдықтарды ашудың ерекшеліктерін ескереді, бәсекелестік тауар өндіруші немесе технологиялар ұстаныммен ғана түсіндіріледі, бірақ нарық мәселелерімен байланыспаған
Фон Хайек Ф.	«Бәсекелестік сұраныс нәтижелерін мойындау мен түсіндіретін жағдайдың орын алуы»	Нарықтың және ондағы субъектілерінің сонымен қатар тауарды тұтынушылардың қызмет етуінің ерекшеліктері қарастырылмайды
Киперман Г.Я.	«Өнім өткізу барысында өндірушілер және жабдықтаушылардың өзара әрекетінің, өзара байланысының және күресінің процесі, өткізудің неғұрлым жағдайлары үшін жекеленген тауар өндірушілердің немесе тауарды (қызметті) жабдықтаушылардың арасында экономикалық күрес».	Бұл бәсекелестіктің мазмұндамасында тұтынушылардың қажеттіліктері ескерілмейді тек тауар өндірушілердің жағы ғана мазмұндалады
Азоев Г.Л. Завьялов П.С., Лозовский Л.Ш., Поршев А.Г.	«Өздерінің өнімдерін өткізудің озық мүмкіндіктерін қамтамасыз ету мақсатында нарықтағы кәсіпорындардың арасындағы өзара әрекет, өзара байланыс және күрестің экономикалық процесі»	Ақыр аяғында тауар өндірушінің барынша табыс алу мақсат етілмейді
Спирidonов И.А. Перцовский Н.И.	«Өздерінің өнімдерін өткізудің озық мүмкіндіктерін қамтамасыз ету мақсатында нарықтағы кәсіпорындардың арасындағы өзара әрекет, өзара байланыс және күрестің экономикалық процесі, тұтынушылардың әртүрлі қажеттіліктерін қанағаттандыру және неғұрлым көп пайда табу»	Бұл анықтамаларда нарықтық қатынастардың субъектілерінің қызметінде зани шектеулер ескерілмейді
Фатхутдинов Р.А.	«Бұл субъектінің өздерінің бәсекелестік артықшылықтарын басқару үшін немесе қалыпты жағдайларда немесе заң аясында объективтік немесе субъективтік қажеттіліктерді қанағаттандыруда бәсекелестермен күресу»	Нарықта шаруашылық жүргізетін барлық субъектілердің қызметін бағалауды кіріктіретін, неғұрлым толық анықтама
Ескерту: автор [7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18] дереккөздер негізінде әзірлеген.		

Кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігіне қатысты әртүрлі авторлардың ұсынған анықтамаларын зерттеу нәтижесі, оның неғұрлым маңызды ерекшеліктерін анықтауға мүмкіндік береді:

- бәсекеге қабілеттілік – бұл тұтынушылар үшін өнімнің тартымдығы, сатылу мүмкіндігінің шамасы;

- жаңа өнімді әзірлеу барысында, берілетін шама;

- тұтынушылардың талаптарын қанағаттандыру дәрежесін сипаттайды, сонымен бірге қойылатын талаптардың мазмұны өнім түріне тәуелді келеді;

- белгілі бір уақыт аралығында техникалық, экономикалық, пайдалану мазмұндамалары бойынша негізгі бәсекелестердің ұқсас өнімдерін салыстыру барысында алынатын, салыстырмалы шама;

- болжанатын, математикалық өлшем;

- кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігі кәсіпорынның барлық ресурстарын пайдаланудың тиімділігін және өлшемін мазмұндайды;

- кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігі өзгерісі сыртқы да ішкі де факторларға тәуелді динамикалық көрсеткіш болып табылады;

- кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігі шартты көрсеткіш болып табылады. Озық (этолонды) кәсіпорындардың немесе бәсекелес кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттіліктің ұқсас көрсеткіштері салыстыру базасы болып табылады;

- кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігіне әлеуметтік және экологиялық орталар әсер етеді.

Азаматтардың әл-ауқатын және өсудің тұрақты жоғары үрдістерін арттыру мақсаттарына қол жеткізу Қазақстанның бәсекеге қабілеттілігі деңгейін маңызды арттыру жағдайы барысында жүзеге асуы мүмкін, ол үшін қамтамасыз ету қажет:

- мемлекеттік басқарудың бәсекеге қабілеттілігін (мемлекеттік реттеу, мемлекеттік қызметтер, мемлекеттік меншікті басқару);

- бизнестің бәсекеге қабілеттілігі – өндіріс тиімділігін арттыру (соның ішінде қуат тиімділік және еңбек өнімділік), инновациялық бағыттылық, бизнестің маңызды бөлігінің «көлеңкеден» шығуын;

- «адами капиталдың» бәсекеге қабілеттілігі – әлемдік нарықта экономиканы білікті кадрлармен қамтамасыз ететін, мемлекеттің ғылыми әлеуетін қолдайтын, жұртшылықтың білі-

мінің орта деңгейін сақтайтын және арттыратын, білім беру жүйесінің, қазіргі заманғы денсаулық сақтау жүйесінің сонымен қатар, халықты әлеуметтік қолдау жүйесінің бәсекеге қабілеттілігін қалыптастыру.

Мемлекеттің бәсекеге қабілеттілігі үшін негізгі факторлар әдетте, алдыңғы өткен ұрпақтардан мұра ретінде берілмейтіні ол еңбек қызметінің процесінде құрылатыны анық. Осыған байланысты факторлар, табиғаттан тегін келетін негізгілерге (табиғи және климаттық ресурстар, мемлекеттің географиялық орналасуы және біліксіз жұртшылық), және дамыған, мандай термен және қанмен жинақталатын (заманауи инфрақұрылым, жоғары білікті персонал, ғылыми-техникалық ақпараттар банктері және т.б.) болып бөлінеді. Тек қана дамыған факторлар бәсекелес-мемлекеттер көшіріп алуы қиынға соғатын, мемлекетке бәсекелестік артықшылықтар әкеледі. Осы жерде, Қазақстан неліктен орасан зор табиғи байлықтарға ие болғанына, халықының толықтай дерлік сауаттылығына және жеткілікті дәрежеде ғылыми-техникалық мүмкіншілікке иелену барысында әлемдік нарықта бәсекеге қабілетті емес? Бұл жағдай біздің мемлекетіміздің көп деңгейде негізгі факторларының орын алумен, ал дамыған факторлармен қамтамасыз етілуі планетаның озық мемлекеттері деңгейінен маңызды қалыс қалуымен түсіндіріледі.

Ішкі нарықтың көлемі емес оның сапасы маңызды. Ұлттық нарық шағын болғанымен – халық табысының жоғары деңгейіне сай, жарнамалық саясатты шебер жүргізу арқылы онда сұраныс үлкен болуы да әбден мүмкін. Керісінше, ұлттық сұраныстың тарлығы барысында мемлекеттің ішінде де, шетелде де өндірілетін өнім үшін орасан зор нарық болуы мүмкін. Мысалы, Қытай немесе Ресейдің ішкі нарықтары кең, бірақ бұл нарықта орын алған сұраныс көп жағдайда төлемге қабілетсіз. Керісінше, Швейцариядағы жоғары төлем қабілеттілігімен ұштасқан ішкі нарықтың тарлығы «Nestle» және «ABB» компанияларын негізінен шетелдік өткізу нарықтарында жұмыс жасауға итермелейді.

М. Портерге сәйкес, жекеленген салалар ғана емес сонымен қатар, компаниялар тігінен немесе көлденең шоғырланған, тұтас салалардың «шоғыры» бәсекеге қабілетті бола алады. Мы-

3-кесте – Кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін арттыру бағыттары

Бәсекеге қабілеттілікті арттыру бағыттары		Бағыт бойынша жұмыстардың қысқаша мазмұны
Тауарлардың бәсекеге қабілеттілігін арттыру бойынша процестерді қамтамасыз ететін бағыттар	Басқару сапасын арттыру	Экономикалық, басқарушылық және инженерлік даярлықты және кадрларды қайта даярлықты ӘЭТББ жүйесіне көшіру, ұйымның заңдарын, экономикалық заңдардың механизмінің әрекеттерін зерттеу, ғылыми тәсілдердің және қағидалардың талаптарын сақтау, шешімдер қабылдау басқарудың қазіргі заманғы әдістерін және үлгілерін қолдану
	Сыртқы ортамен байланысты жетілдіру	Кәсіпорынның макро-, мезо-, және микроортасының негізгі өлшемдерін бақылау, олардың кешенді диагностикасы және қоршаған орта туралы ақпараттардың жеделділігін және дәйектілігін қамтамасыз ету, кәсіпорынның оған бейімділігін арттыру
	Стратегиялық маркетингті енгізу	Сұраныстың және құндылықтардың динамикасын зерттеу, нарықтарды маро- және микросегменттеу, нарықтың өлшемдерінің өзгерістерін болжау, стратегиялық бәсекеге қабілеттілігінің нормативтерін әзірлеу, кәсіпорынның әртүрлі стратегияларын қалыптастыру бойынша ұсыныстарын әзірлеу
	Инновациялық қызметті ұйымдастыруды жетілдіру	Бәсекеге қабілеттілікке бағытталған патенттік қорды тексеру, инновациялық ұйымның ұйымдық құрылымын әзірлеу. Лауазымдық құрылымға бас менеджерді, маркетинг, логистика, тұтынушыларға қызмет бойынша басшының орынбасарларын кіріктіру
	Жаңа ақпараттық технологияларды енгізу	Тауардың барлық өмірлік кезеңдерін, сапаны басқару технологияларын, ресурс үнемдеуді қамтитын, CALS біріктірілген ақпараттық технологияларды әзірлеу және енгізу
	Жаңа қаржылық және есептік технологияларды енгізу	Жаңа қаржылық және есептік есеп беру технологияларын енгізу, болжамдар негізінде кәсіпорынның тиімділігін болжамдаудың қаржылық технологияларды әзірлеу, енгізу. Қаржылық және бухгалтерлік табыстылық бойынша халықаралық стандарттарды енгізу
	Ресурс үнемділікті талдау және ресурстық-үнемдегіш технологияларды енгізу	Тауарлардың өмірлік кезеңі бойынша ресурстық үнемділігін кешенді талдаудың әдістемесін әзірлеу және енгізу. Кәсіпорында ресурстарды пайдалануды жақсартатын ресурстық – үнемдегіш технологияларды
	Өндірістің ұйымдық-техникалық деңгейін арттыру	Негізгі қорлардың жаңаруын, озық технологиялардың өсуін, соңғы ғылыми-техникалық жетістіктерге бағытталуды қамтамасыз ету
	Логистиканың дамуы	Сатып алу және өткізу логистикасының қызметін, логистиканың қызметтерінің өзара байланыстарын, оның ақпараттық және қаржылық қамтамасыз етуді, ресурстарға деген қажеттіліктерді нормалауды, процестерді автоматтандыруды бөліп қарастыру
	Тактикалық маркетингтің дамуы	Стратегиялық және тактикалық маркетингтің қызметтерін бөлу, тактикалық макро- және микросегменттеудің қызметтерін нақтылау, өткізу процестерін жетілдіруді ынталандыру, тұтынушылардың жүріс-тұрысын зерттеу
Тауардың және олардың тұтынушыларына қызмет көрсету сапасын арттыру бойынша бағыттар	Тауардың сапасын арттыру (әр атауы бойынша)	Сенімділік, қолдану, экологиялық, эргономикалық, технологиялық, стандарттау және унификациялау, патенттік қабілеттік, қолдану қауіпсіздігінің көрсеткіштері, нақты нарықтар бойынша тауардың сапасының көрсеткіштерін болжау
	Тауарлардың тұтынушыларының қызмет көрсету сапасын арттыру	Тауарлар сапасын халықаралық салыстыру және талдау: жарнама сапасы, кепілдік мерзім, тауарды ораудың сапасы, сауда белгісінің абыройы, тұтынушыға қызмет көрсету сапасы, жеткізу және жөндеу жұмыстарының сапасы, сағылудан кейін тұтынушыға қызмет көрсету көрсеткіштерін болжау, тауардың сапасын арттыру бойынша иновациялық жобаларды әзірлеу және жүзеге асыру
Ескерту: Автормен әзірленген		

салы, Швецияда металл өңдеумен байланысқан барлық қызмет салалары дамыған. «SKF», «Sanadvik», «ABB», «Saab», «Scania», «Volvo», «Electrolux» компаниялар секілді Швеция өндірісінің алпауыттары әлемге әйгілі. Компанияларды ұйымдастыру тәсілдері және стратегиялар, мақсаттар әртүрлі мемлекеттерде әр қилы екені белгілі. Ұлттық ерекшеліктерге фирманы басқару әдістері, басқару тәсілдері, бәсеке түрлері тәуелді. Ешқандай жүйе әмбебап болып табылмайды, ол компанияның бәсекелік артықшылықтарының көздеріне сәйкес болулары қажет. Мысалы, Германияда технология деңгейі жоғары салаларда ірі компаниялар неғұрлым бәсекеге қабілетті. Италияда керісінше, шағын және орта бизнес, әсіресе отбасылық кәсіпорындар көшбасшы болып табылады.

Кәсіпорынның және тауарлардың бәсекеге қабілеттілігінің сыртқы және ішкі факторларының кешенді диагностикалау кәсіпорынның бәсекелік басымдылықтарын табуға және оларды жүзеге асыру үшін жаңашылықтар және инновациялар қоржының қалыптастыруға мүмкіндік береді. Осы жұмыстары жүзеге асырудың жиынтығы әр нарықта әр тауардың және жалпы кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін арттыруға жағдай жасайды. Кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін арттыру қоғамның (салықтар арқылы) және кәсіпорынның өзінің өмірін қамтамасыз ету үшін табыс салмағын үлкейтуге септігін тигізеді.

Бәсекеге қабілеттілік кәсіпорын қызметінің барлық техникалық, экономикалық, басқару және басқа да аспектілерін біріктіреді. Сонымен

бірге, кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігі оның табыс табуының шарты болып табылады.

Мақсаттарды құрылымдау үшін кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін арттырудың бағыттарын екі топқа бөлуге болады:

Тауарлардың бәсекеге қабілеттілігін арттыру бойынша процестерді қамтамасыз ететін (басқару сапасын арттыру, сыртқы ортамен байланысты жетілдіру, стратегиялық маркетинг, кәсіпорынның инновациялық қызметін жетілдіру және т.б.);

Тауардың және олардың тұтынушыларына қызмет көрсету сапасын арттыру бойынша (3-кестені қараңыз).

Біздің ойымызша, өнімнің сапасын арттыру бәсекеге қабілеттіліктің негізгі факторлары болып табылады, ал бәсекелестік сапаны қамтамасыз етудің және оны арттырудың қажеттілігінің маңызды механизмі болып табылады. Нақты нарыққа бағытталған даму стратегиясын әзірлеу, нарықта бәсекелестіктің жоғары дәрежесімен қызмет ететін, кәсіпорынның тиімді басқару жүйесін және негізгі элементтерінің бірі болып табылады. Сондықтан да, бәсекелестік орта жағдайында, ең бастысы, өздері өндіретін өнімнің бәсекеге қабілеттілігін арттыру, кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілікті арттыру жолдары және әдістері, бәсекелестік басымдықтарды иелену және өздерінің бәсекелестерінің қызметтерін жіті зерттеу есебінен, әр кәсіпорынға нақты даму стратегиясын әзірлеу қажет. Кәсіпорынның даму стратегиясы – бұл оның басты мақсаттарының және оларға қол жеткізудің негізгі әдіс-тәсілдерінің жиынтығы.

Әдебиеттер

- 1 Назарбаев Н.А. Евразийский союз: идеи, практика, перспективы. 1994-1997 годы. – М.: Фонд содействия развития социальных и политических наук, 1997. – 480 с.
- 2 Назарбаев Н.А. Евразийский Союз: От идеи к истории будущего // «Известия-Казахстан», 26 октября 2011г.
- 3 Назарбаев Н.А. Казахстанско-российские отношения: доклады, выступления, статьи. 1991-1997годы. – М.: Русский раритет, 1997. – 431 с.
- 4 Назарбаев Н.А. Стратегия трансформации общества и возрождения Евразийской цивилизации. Экономика. – 2-е изд. – М., 2002. – 512 с.
- 5 «Интеграционные процессы в странах СНГ». Ученые записки кафедр общественных наук вузов С.-Петербурга // Политическая экономия. – Вып. XXII. – СПб., 1996. – 16 с.
- 6 «Европейский союз: углубление и расширение интеграции» – Борко Ю. // МЭиМО. – №8. – 2000.
- 7 Өмірзақов С. Ы. Кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін басқару жүйесі мен стратегиясы // Қаржы-қаражат. – 2003. – № 3. – 61-69 б.
- 8 Ахметов Д.С. Шаруашылықтың стратегиялық аймағында кәсіпорынның бәсекелестік күресінің ұғымдары // «Шоқан тағылымы – 17»: Халықаралық ғылыми-практикалық конференция материалдары жинағы. – Көкшетау, 2013. – 523 б. – Т.7.

- 9 Бережная И.В., Калькова Н.Н. Эволюция подходов к определению экономической сущности понятия “конкуренция” в современных условиях хозяйствования // Экономика и управление. – № 4-5. – 2005.
- 10 Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. – М.: ИНФРА. – М., 2000. – 312 с.
- 11 W. David Rees, Christine Porter, (2006) «Corporate strategy development and related management development: the case for the incremental approach, part 2 – implications for learning and development», Industrial and Commercial Training, Vol. 38 Iss: 7, pp.354 – 359
- 12 Smith A. The Wealth of Nations. London, 1954. P. 56-57 (Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М., 1993. Кн. 1-3. С. 175-176
- 13 Hayne P. Monopoly: Impediment or Stimulus to Economic Progress? // Monopoly and Competition and Their Regulation, P. 426
- 14 Ed. E.H. Chamberlin. — L.: Oxford University Press, 1984, pp. 326—28; idem. Competition: Static Models and Dynamic Aspects // American Economic Review 45 (May 1985). – 462. p.
- 15 Edgeworth F. Y. Papers Relating to Political Economy. London, 1825. Vol. 2. P. 280, 311.
- 16 Knight F. Risk, Uncertainty and Profit. – New York, 1921. – P. 35-38.
- 17 Mason E.S. Schumpeter on Monopoly and the Large Firm // Review of Economics and Statistics 33(May 1951), P. 139–144.
- 18 Hayek F.A. «Individualism and Economic Order. – London: Routledge and Kegan Paul, 1981. – 204 p.

References

- 1 Nazarbaev N.A. Evrazijskij sojuz: idei, praktika, perspektivy. 1994-1997 gody. – М.: Fond sodejstvija razvitija social’nyh i politicheskix nauk, 1997. – 480 s.
- 2 Nazarbaev N.A. Evrazijskij Sojuz: Ot idei k istorii budushhego // «Izvestija-Kazahstan», 26 oktjabrja 2011g.
- 3 Nazarbaev N.A. Kazahstansko-rossijskie otnoshenija: doklady, vystuplenija, stat’i. 1991-1997gody. – М.: Ruskij raritet, 1997. – 431 s.
- 4 Nazarbaev N.A. Strategija transformacii obshhestva i vrozozhdenija Evrazijskoj civilizacii. – 2-e izd. – М.: Jekonomika, 2002. – 512 s.
- 5 Integracionnyye processy v stranah SNG». Uchenye zapiski kafedr obshhestvennyh nauk vuzov S.-Peterburga. Politicheskaja jekonomija. Vyp. XXII. SPb., 1996. – 16 s.
- 6 «Evropejskij sojuz: uglublenie i rasshirenie integracii» – Borko Ju. “MJeIMO”, №8, 2000.
- 7 O’mirzaqov S. I’. Ka’sipori’nni’ng ba’sekege qabilettiligin basqarw ju’yesi men strategi’yasi’ // Qarji’-karajat, 2003, № 3, 61-69 b.
- 8 Ahmetov D.S. Sharwashi’li’qti’ng strategi’yali’q aymaghi’nda ka’sipori’nni’ng ba’sekelestik ku’resining ughi’mdari’ // «Shoqan taghi’li’mi’ – 17»: Hali’qarali’q ghi’li’mi’-prakti’kali’q konferenci’ya materi’aldari’ji’naghi’. – Ko’kshetaw, 2013. – 523 b. – T. 7.
- 9 Berezhnaja I.V., Kal’kova N.N. Jevoljucija podhodov k opredeleniju jekonomicheskoy sushhnosti ponjatija “konkurencija” v sovremennyh uslovijah hozjajstvovanija. Jekonomika i upravlenie № 4-5, 2005g.
- 10 Fathutdinov R.A. Konkurentosposobnost’: jekonomika, strategija, upravlenie. – М.: INFRA-M, 2000. – 312 s.
- 11 W. David Rees, Christine Porter, (2006) «Corporate strategy development and related management development: the case for the incremental approach, part 2 – implications for learning and development», Industrial and Commercial Training, Vol. 38 Iss: 7, pp.354 – 359
- 12 Smith A. The Wealth of Nations. London, 1954. P. 56-57 (Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М., 1993. Кн. 1-3. С. 175-176
- 13 Hayne P. Monopoly: Impediment or Stimulus to Economic Progress? // Monopoly and Competition and Their Regulation, P. 426
- 14 Ed. E.H. Chamberlin. — L.: Oxford University Press, 1984, pp. 326—28; idem. Competition: Static Models and Dynamic Aspects // American Economic Review 45 (May 1985). – 462. p.
- 15 Edgeworth F. Y. Papers Relating to Political Economy. London, 1825. Vol. 2. P. 280, 311.
- 16 Knight F. Risk, Uncertainty and Profit. New York, 1921. P. 35-38.
- 17 Mason E.S. Schumpeter on Monopoly and the Large Firm // Review of Economics and Statistics 33(May 1951), P. 139–144.
- 18 Hayek F.A. «Individualism and Economic Order. – London: Routledge and Kegan Paul, 1981. – 204 p.