

FTAXP 06.35.51
ӘОЖ 330.123.5
JEL C50, C52, D24

<https://doi.org/10.46914/1562-2959-2023-1-2-92-104>

Р.С. ПАРМАНОВА,*¹

э.ғ.к., қауымдастырылған профессор.

*e-mail: rimma200675@mail.ru

ORCID ID: 0000–0001–6421–150X

С.А. ИЛАСHEВА,²

э.ғ.к., қауымдастырылған профессор.

e-mail: S.ilasheva@mail.ru

ORCID ID: 0000–0002–6051–7496

А.К. САУРУКОВА,³

э.ғ.к., қауымдастырылған профессор.

e-mail: aika_s08@mail.ru

ORCID ID: 0000–0002–7463–0545

Н.М. КАЛМАНОВА,¹

экономика және бизнес магистрі, аға оқытушы.

e-mail: nabi241174mail.ru

ORCID ID: 0000–0002–0510–092X

¹Каспий қоғамдық университеті,

Алматы қ., Қазақстан

²М. Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан университеті,

Шымкент қ., Қазақстан

³«Тұран» университеті,

Алматы қ., Қазақстан

ОТАНДЫҚ ӨНІМНІҢ БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІГІН АРТТЫРУ

Андатпа

Нарықтық экономикада бәсекеге қабілеттілік түсінігі негізгілердің бірі болып табылады. Кәсіпорын шығаратын өнімнің бәсекеге қабілеттілік деңгейі оның жұмыс істеу тиімділігін сипаттайды. Қазақстан нарығының шетелдік компанияларға ашылуы бәсекелестіктің жандануына әкелді. Оған қоса, қазақстандық кәсіпорындар шығарған өнімдердің едәуір бөлігі әлемде ғана емес, ішкі нарықта да бәсекеге қабілетсіз болды. Осыны ескере отырып, Қазақстанның индустриялық саясатында бүгінгі таңда әлемдік нарық конъюнктурасына тәуелді емес экономиканың шикізаттық емес секторларын дамытудың баламасыз бағыты ұстанылуда [1]. Осыған байланысты өндіруші салалар кәсіпорындарында өнімдердің бәсекеге қабілеттілігін арттырудың тұжырымдамалық бағыттарын әзірлеу қажеттілігі туындап отыр. Мақалада, авторлар жеңіл өнеркәсіптің кілем өнеркәсібі мысалында кілем өндірісінің әлемдік үрдістерін зерттеп, отандық кілем өнімдерінің әлемдік нарықтағы орнын анықтады. Қазақстан Республикасының ішкі нарығындағы кілемнің кіші салаларының ағымдағы жай-күйіне талдау жасалды. Мақаланың мақсаты – экономикалық-математикалық модельдеу арқылы кілем бұйымдарының бәсекеге қабілеттілігін бағалау әдістерін жетілдіру. Ұсынылған модель кешенді тәсілді қамтамасыз етеді және кілем бұйымдарының өзіндік құнын төмендетуге көмектеседі, сонымен қатар, сәйкесінше, кілем мен кілем бұйымдарын өндіру мен өткізуге кететін шығындарды азайту арқылы оның бәсекеге қабілеттілігін арттырады. Зерттеуде экономикалық-математикалық модельдеу, статистикалық талдау, экономикалық талдау және синтез әдістері және т.б. қолданылды. Зерттеу тақырыбының өзектілігі елдің ішкі нарығында әлеуметтік-экономикалық даму талаптарына жауап беретін саланың экономикалық өсуіне ықпал ететін кілем бұйымдарының бәсекеге қабілеттілігін арттыру бойынша ұсыныстар әзірлеу

Тірек сөздер: экономика, өнеркәсіп, сала, бәсекеге қабілеттілік, өнім, кілем және кілем бұйымдары.

Кіріспе

Кілем өндірісі жеңіл өнеркәсіптің кіші саласы болып табылады. ҚР–ның жеңіл өнеркәсібінде, сондай-ақ кілемдер және кілем бұйымдары өндірісінде жүйелі мәселелер бар,

олар: кілем өнеркәсібінің шетелдерден техникалық және технологиялық артта қалуы; саланың инновациялық және инвестициялық қызметінің төмен деңгейі; импорттың жоғары үлесі; қазақстандық және шетелдік өндірушілер арасындағы ішкі нарықтағы бәсекелестіктің күшеюінен көрінетін тұтыну тауарларының өркениетті нарығының болмауы; жоғары білікті мамандардың, басқарушы кадрлардың тапшылығынан туындайтын әлеуметтік-кадрлық мәселе [2]. Әсіресе, жеңіл өнеркәсіп кәсіпорындары мемлекет тарапынан үлкен қолдауға ие болған Қытай, Түркия, Өзбекстан сияқты елдермен тең емес бәсекелестік дамып келеді. Мысалы, Өзбекстандағы импорттық кілемдер акцизделетін тауарлар болып табылады, ал өзбек өндірушілері (экспортталатын кілемдер) ҚҚС қайтару құқығын пайдаланады, бұл оларға өз кілемдерін Қазақстанда қазақстандық өндірушілерге қарағанда 10–15%-ға арзан сатуға мүмкіндік береді. Отандық өндірушілер үшін күрделі мәселе заңсыз импорт болып табылады, оның көлемі заңды өндіріс пен импорт деңгейінен екі есеге жоғары. Аталған мәселелерге қарамастан, Қазақстанда отандық кілем өнеркәсібін одан әрі дамыту үшін барлық алғышарттар бар. Мақаланың негізгі мақсаты – экономикалық-математикалық модельдеу арқылы кілем бұйымдарының бәсекеге қабілеттілігін бағалау әдістерін әзірлеу. Осы мақсатқа жету үшін авторлар бәсекелестіктің теориялық аспектілері мен бәсекеге қабілеттілікті, өнімнің бәсекеге қабілеттілігін бағалаудың заманауи әдістеріне талдау жасады; кілем бұйымдарын шығаратын әлемдік жетекші өндірушілердің қызметін қарастырды; Қазақстан Республикасының кілем өнеркәсібінің ағымдағы жағдайына талдау жүргізіп, отандық кілем өнімдерінің бәсекеге қабілеттілігін арттырудың экономикалық-математикалық моделін әзірледі.

Зерттеу нәтижелерін тоқыма кәсіпорындарында басқарушылық шешімдерді әзірлеу және қабылдау кезінде тоқыма өнеркәсібінің деңгейін арттыру бойынша стратегиялар мен өз өнімдерінің, сондай-ақ өнеркәсіптік кәсіпорындардың басқа салалардағы бәсекеге қабілеттілікті арттыру бағдарламаларын әзірлеу процесінде пайдалануға болады.

Материалдар мен әдістер

Зерттеудің әдістемелік негізін бәсекеге қабілеттілік мәселесі бойынша жетекші шетелдік және отандық ғалымдардың ғылыми еңбектері, ғылыми және ғылыми-тәжірибелік конференциялар мен семинарлардың материалдары, мерзімді басылымдардағы жарияланымдар, Интернеттің ғаламдық телекоммуникациялық желісінің материалдары құрады. Жұмыста кәсіпкерлікті қалыптастыру және бәсекелестікті дамыту бойынша Қазақстан Республикасының заңнамалық актілері пайдаланылды.

Зерттеудің ақпараттық базасы Қазақстан Республикасы Статистика агенттігінің материалдарына, облыстық билік органдарының статистикалық көрсеткіштеріне, кілем және кілем бұйымдарын шығаратын отандық кәсіпорындардың қаржылық-экономикалық есептеріне негізделген.

Зерттеулерде экономикалық-математикалық модельдеу, статистикалық талдау, экономикалық талдау және синтез әдістері және т.б. қолданылды.

Негізгі ережелер

Шаруашылықтың қазіргі жағдайлары бәсекелестіктің күшеюімен сипатталады, бұл өз кезегінде сыртқы экономикалық, халықаралық және саяси факторлардың әсерінен тұтынушылық нарықтардың жаһандану үдерістеріне және ұлттық әлеуметтік-экономикалық жүйелердің мамандануына байланысты [3].

Мемлекет басшысы Қ.К. Тоқаев 2022 ж. 1 қыркүйекте жариялаған Қазақстан халқына Жолдауында: «Жаңа экономикалық бағыттың басымдықтары: жеке кәсіпкерлік бастаманы ынталандыру, яғни мемлекеттік капитализмнен және экономикаға мемлекеттің шектен тыс араласуы; бәсекелестікті дамыту, яғни барлығына тең мүмкіндіктерді қамтамасыз ету...» туралы айтып өткен болатын [4].

Еліміздегі кілем өнеркәсібін дамытудың стимулы – «Бизнестің жол картасы – 2025» бағдарламасы [5]. Несие ресурсы тартымды әрі қолжетімді бола түсті, бұл кәсіпорындарға өндірісті

заманауи құрал-жабдықтармен жабдықтауға мүмкіндік берді. Бұл шаралар өнімнің сапасын арттыруға және бәсекеге қабілетті кілемдер мен кілем бұйымдарын жасауға мүмкіндік берді.

«Даму» кәсіпкерлікті дамыту қоры» АҚ несие беру, субсидиялау және несиелерді кепілдендіру түрінде қолдау көрсетеді. «KazakhstanExport» экспорттық несиені сақтандыру корпорациясы» АҚ қазақстандық кілем бұйымдарының сыртқы нарыққа шығуын қолдаудың қаржылық тетіктерін жасайтын экспорттық несие агенттігінің қызметтерін орындайды [6]. «Қазақстанның сыртқы сауда палатасы» ЖШС «Экспорттаушы – 2020» экспортты дамыту және ілгерілету бағдарламасы аясында қазақстандық өнімді экспорттауға көмек көрсетуге [7].

Сондай-ақ кәсіпорындарды шикізатпен қамтамасыз ету, тауардың заңсыз айналымымен күресу, жергілікті қамту үлесін арттыру, экономикалық ынталандыру, сондай-ақ жүйелік саланы дамыту мәселелерін шешуге бағытталған жеңіл өнеркәсіпті дамытудың 2019–2021 жж. арналған Жол картасы іске асырылды [8]. Қазіргі уақытта Қазақстан Республикасының жеңіл өнеркәсібін дамытудың 2025 ж. дейінгі кешенді жоспары жүзеге асырылуда.

Барлық қабылданған шараларға қарамастан, Қазақстанда отандық кілем өндірісінің дамуы әлсіз. Өздеріңіз білетіндей, қазіргі таңда еліміздің кілем өнеркәсібін «Бал Текстиль» ЖШС мен «Назар Текстиль» ЖШС ұсынады. Дегенмен, біздің ойымызша, бұл екі кәсіпорын Қазақстан экономикасы үшін жеткіліксіз. Ең алдымен, Алматыда («Алматы Кілем» ЖШС жүн және химиялық талшықтардан кілем және кілем бұйымдарын өндіру), Ақтауда (синтетикалық талшықтан кілем және кілем бұйымдарын шығару) орналасқан ескі кәсіпорынды жаңғырту, Павлодар (жасанды талшықтан кілем өндіру), сондай-ақ Қызылорда және Тараз қалаларында жаңа кәсіпорындар салуға (таза жүн талшықтарынан кілем және текемет өндіру) инвестиция тарту қажет. Кілем мен кілем бұйымдарын шығаратын бір кәсіпорынның құрылысына орта есеппен 2,5 млрд теңге қажет.

Инновациялық қызметті жандандыруға, өндіріс тиімділігін жаңа техникалық-технологиялық деңгейде арттыруға және жылдар бойы бәсекеге қабілетті кілем өндірісінің тұрақты өсуін қамтамасыз ететін қолайлы жағдайлар жасауға бағытталған дағдарысқа қарсы шараларды әзірлеп, жүзеге асыру арқылы ғана қалыптасқан жағдайды өзгертуге болады.

Ғылыми жаңалығы мен тәжірибелік маңыздылығы авторлардың Қазақстан Республикасының кілем өнеркәсібі өнімдерінің бәсекеге қабілеттілігінің теориялық және әдістемелік мәселелерін зерттеп, оны жақсартуға бағытталған ұсыныстар әзірлеуімен айқындалады.

Әдебиетке шолу

Ғалымдардың көптеген еңбектері экономиканың бәсекеге қабілеттілігін арттыру мәселелерін зерттеуге арналған. Отандық және шетелдік ғалымдар бәсекелестік пен бәсекеге қабілеттілік теориясының дамуына айтарлықтай үлес қосты. Бәсекелестік пен бәсекеге қабілеттілік теориясы А. Смиттің, Д. Риккардоның еңбектерінде қалыптасқан, оны Дж.С. Милл, К. Маркс, Ф. Эджоурт, Э. Чемберлин, А. Юданов және басқалар дамытты. И. Ансофф, Г.Л. Азоев, В.Д. Андрианов, Дж.Б. Кларк, А. Маршалл, Й. Шумпетер, Э. Хекшер, Б. Олин, Э. Чемберлин, Ф. Хайек, П. Самуэльсон, В. Столпер, М. Портер, Р. Уотерман, М. Энрайт, П. Кругман, Г. Джереффи және басқалары бәсекелестіктің табиғатын ғана емес, сонымен қатар бәсекеге қабілеттілікті қамтамасыз ету мәселелерін де зерттеді.

Ресейлік ғалымдардың ішінен Г.Л. Азоевты, М.И. Гальвановскийді, В.В. Окрепиловті, Т.Г. Садовскийді, И.М. Смолейчукті, Р.А. Фатхутдиновті, А. Юдановты, В. Жуковскаяны, И. Трофимовты атап өткен жөн.

Қазақстандық ғалымдардан А.С. Абен, У.Б. Баймуратов, Р.Т. Дуламбаева, Т.И. Есполов, Е.Б. Жатқанбаев, М.Г. Исаева, М.Б. Кенжегузин, А.К. Кошанов, Е.С. Карибжанов, Г.А. Калиев, Н.К. Мамыров, Д. Мадиярова, Г.Ж. Нурмуханова, Н.К. Нурланова, Г.Б. Нурлихин, З.К. Раджабова, Н. Шумский, П.С. Шим, Р.И. Хасбулатов, О. Сабден, К.А. Сагадиев, Г.Ж. Нурмуханова, Н.Н. Нурмухаметов және басқаларды атап өткен жөн [9].

Экономикалық әдебиеттерде бәсекеге қабілеттілікті дамыту жүйесі егжей-тегжейлі зерттеліп, әзірленген. Көптеген экономистердің еңбектерінде бәсекеге қабілеттілікті басқаруды ұйымдастыру мәселелері дербес өзекті мәселе ретінде қарастырылады. Бұл әдебиетте бәсекеге

қабілеттілікті бағалауға, халықаралық стандарттарға баса назар аударылады. Саланың бәсекеге қабілеттілігін бағалау мәселелеріне аз көңіл бөлінеді.

Сонымен қатар, бұл тақырыптың бірқатар мәселелері нақтылауды және оны шешуді талап етеді. Тәжірибе көрсеткендей, экономикалық қызметтің тиімділігін талдау және бағалау бойынша заңнамалық және ұйымдастырушылық-әдістемелік базаны одан әрі жетілдіру қажет [10]. Нарықтық экономиканың қазіргі жағдайында экономикалық қызметтің тиімділігін арттыру қажеттілігі, мұндай зерттеулердің практикалық қажеттілігі, саланың бәсекеге қабілеттілігін басқару әдіснамасы мен практикасының жекелеген, бірақ маңызды мәселелердің жеткіліксіз пысықталуы осы мәселенің өзектілігін көрсетеді.

Сонымен қатар, ғылыми жұмыстардың зерттеулері мен жіктелуі осы саладағы кейбір мәселелер әлі толық зерттелмегенін анықтады. Сондықтан отандық өнімнің бәсекеге қабілеттілігін арттыру тетігін құру және оның одан әрі жұмыс істеуін зерттеу бойынша зерттеулер жүргізу қажет.

Нәтижелер мен талқылау

Қазақстан Республикасында кілем және кілем бұйымдары Алматы, («Алматы кілем» фабрикасы), Павлодар және Ақтау қалаларында өндірілді. Бұл кәсіпорындар Қазақстандағы барлық кілем өндірісін түгелімен қамтыды. Кәсіпорындарда кілем өндірісінің толық циклі болды, олар қол жетімді бағамен кілемдер мен кілем бұйымдарының кең ассортиментін шығарды, жергілікті табиғи шикізатты пайдаланды, жоғары білікті кадрлар жұмыс істеді. Алайда, құрал-жабдықтардың қатты тозуына, айналым қаражатының тапшылығына байланысты бірқатар кәсіпорындар, соның ішінде 2007 ж. желтоқсанында «Алматы кілем» фабрикасы жұмысын тоқтатты. Егер ол жабылғанға дейін елімізде 36,1 мың метр 2 кілем және кілем бұйымдары өндірілсе, 2008 ж. жылына өндіріс көлемі 2 мың шаршы метрге дейін қысқарды.

2013 жылдан бастап жағдай өзгере бастады, себебі Шымкент қаласындағы «Оңтүстік» экономикалық аймағының аумағында «Бал Текстиль» ЖШС мен «Назар Текстиль» ЖШС кілем және кілем бұйымдарын шығаратын кәсіпорындар салынды. Бұл кәсіпорындар құрылғаннан бері елімізде кілем өндірісі жандана бастады. 1-кестеде 2017–2022 жж. кілемдер мен кілемдер өндірісінің нақты және құндық көрсеткіштері бойынша мәліметтер келтірілген.

Кесте 1 – 2017–2022 жж. Қазақстанда кілем және кілем бұйымдары өндірісінің көлемі

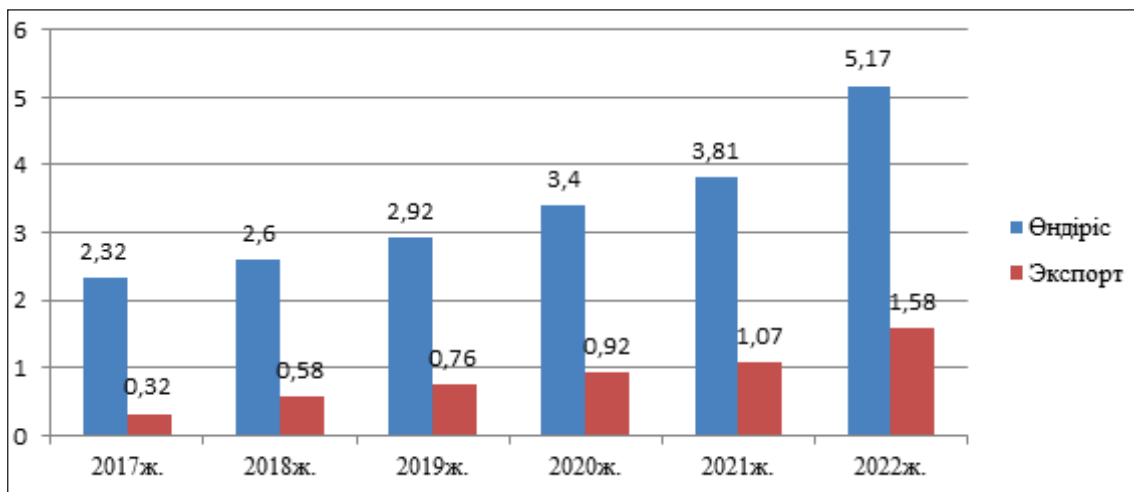
Нарық көлемі	2017 ж.	2018 ж.	2019 ж.	2020 ж.	2021 ж.	2022 ж.	2022 ж./ 2017 ж.,%
Өндіріс, натуралы өрнекпен, млн м ²	2,32	2,60	2,92	3,40	3,81	5,17	222,8
Өндірісқұндық өрнекпен, млн теңге	9970,2	10433,9	17528,7	20434,8	22887,4	32042,4	321,4
Ескертпе: [11] дереккөз негізінде авторлармен құрастырылған.							

1-кестеде елдегі кілем өндірісінің жыл сайынғы өсімі натуралды түрде көрсетілген. Мәселен, 2017 ж. 2,32 млн м² кілем мен кілем бұйымдары өндірілсе, 2022 ж. олардың өндірісі жылына 5,17 млн м²-қа дейін өсіп, өсімі 222,8% құрады. Құндық көрсеткіште өндіріс 3 еседен астам өсті. Мысалы, 2017 ж. 9970,2 млн теңгеге кілемдер мен кілем бұйымдары өндірілсе, 2022 ж. 32042,4 млн теңгеге немесе 321,4%-ға көп өндірілді.

Отандық кілемдер мен кілем бұйымдары өндірісінің ішкі нарық құрылымындағы үлесі жыл сайын артуда. Алайда, өндірістің өсуіне қарамастан, қазақстандық кілем мен кілем бұйымдары нарығының негізгі өзекті мәселесі оның әлі де импортқа тәуелділігінің жоғары болуында. Шетелдік өндірушілер жоғары сапалы өнімдердің кең ассортиментін ұсынады, бұл, өз кезегінде, қазақстандық зауыттардың бәсекеге түсуін қиындатады. Сонымен қатар, отандық өндірушілер шетелдік шикізат пен құрал-жабдықтарды жиі пайдаланады, бұл дайын өнімнің бағасына кері әсер етеді.

2021 ж. Қазақстандағы кілемдер мен кілем бұйымдары нарығының 70%-ын шетелдік өндірушілер, нарықтың 30%-ын отандық өндірушілер «Бал Текстиль» ЖШС және «Назар Текстиль» ЖШС иеленді.

Өндіріс көлемінің жыл сайын артуы отандық кәсіпорындарға өз өнімдерін біртіндеп шет елдерге экспорттауға мүмкіндік береді. Мәселен, 2017 жылдан 2022 жылға дейінгі кезеңде өндіріс көлемі 2,2 есе, ал экспорт көлемі 5 есеге жуық өсті (1-сурет).



Сурет 1 – 2017–2022 жж. кілем және кілем бұйымдарының өндіріс және экспорт көлемінің өсу серпіні, млн м²

Ескертпе: [12] дереккөз негізінде авторлармен құрастырылған.

2022 ж. Қазақстандағы кілем бұйымдарының сыртқы сауда айналымы 103 млн АҚШ долларын құрады, бұл 2020 жылдағы айналым көлемінен 1,3 есе артық және елдің жалпы сыртқы айналым көлемінің 0,0005% құрайды.

Қазақстан ТМД елдері арасында кілем және кілем бұйымдары өндірісі бойынша 4-ші, ал экспорт бойынша 6-шы орында. Импорт бойынша Ресей нарығының сыйымдылығы Қазақстаннан бірнеше есе көп болғанымен, Ресейден кейін екінші орында тұр. Бұл Қазақстан кілемдер мен кілем бұйымдарын өндіргенге қарағанда он есе көп импорттайды деген сөз [13].

ТМД елдерінің ішінде 2017–2022 жж. кілемдер мен кілем бұйымдарының жетекші өндірушісі Ресей болды. 2022 ж. елде 23 млн м² өнім өндірілді, бұл ТМД елдеріндегі жалпы өндіріс көлемінің 31,4%-ын құрайды. Беларусь мемлекеті 2022 ж. ТМД елдерінде кілем өнімдерін өндірудің жалпы көлемінің 31,3%-ын құрады, Өзбекстан Республикасының жалпы өндіріс көлеміндегі үлесі 25,8%-ды құрады. 2012 ж. Өзбекстан ТМД елдері арасында кілемдер мен кілем бұйымдары өндірісі бойынша бірінші орынға ие болды, алайды, 2013–2016 жж. Өзбекстанда бұл өнімдердің өндірісі едәуір төмендеген.

2017–2022 жж. Әзірбайжан, Армения, Ресейде кілем өнімдерін өндіру көлемінің айтарлықтай төмендеуі байқалды, Молдова мен Украинада өндіріс көлемі екі есе азайды. Беларусьта, Грузияда, Қырғыстанда, Тәжікстанда, Өзбекстанда кілем өндірісінің аз көлемде өсуі байқалды (2-кесте).

Кесте 2 – 2017–2022 жж. ТМД елдері бойынша кілемдер мен кілем бұйымдарын өндіру (мың м²)

№ р.с.	Мемлекет	Жылдар					
		2017 ж.	2018 ж.	2019 ж.	2020 ж.	2021 ж.	2022 ж.
1.	Әзірбайжан	1600	1400	1200	1300	1400	1500
2.	Армения	600	560	520	540	560	560
3.	Беларусь	18666	18552	19424	20104	20848	20876
4.	Грузия	100	106	98	101	102	104
5.	Қазақстан	2328	2603	2921	3405	3814	5172

2-кесте жалғасы

6.	Қырғызстан	4	5	6	7	7	7	
7.	Молдова	3500	2300	1800	1900	1950	2005	
8.	Ресей	24574	23379	22404	22579	23099	23010	
9.	Тәжікстан	200	200	200	201	203	204	
10.	Түрікменстан	30	35	740	790	840	845	
11.	Өзбекстан	18400	18200	18300	18419	18640	18961	
12.	Украина	6800	3600	3500	3450	3400	–	
13.	ТМД	76372	70655	70792	72311	73608	73244	
Ескертпе: [14] дереккөз негізінде авторлармен құрастырылған.								

Тек Қазақстанда ғана кілем өнімдерінің өндірісі екі еседен астам және Түрікменстанда 28 есеге артты. Жалпы, ТМД елдерінде 2017–2022 жж. өндіріс көлемі 76372 мың м²-ден 73244 мың м²-ге дейін немесе 4,1%-ға төмендеді.

Қазақстан Республикасына кілемдер және кілем бұйымдары импортының көлемі 35 млн долларды құрайды (3-кесте).

Кесте 3 – Дүниежүзілік кілем импорты (машина кілемдері, түкті кілемдер және тоқыма кілемдері) (мың доллар)

Мемлекеттер	Жылдар					
	2017 ж.	2018 ж.	2019 ж.	2020 ж.	2021 ж.	2022 ж.
АҚШ	2 793 678	2 909 777	2 959 456	3 397687,0	3 458 792,0	3 432 248,0
Ұлыбритания	1 185 279	1 163 363	1 173 784	3 240547,0	3 624 598,0	3 732 614,0
Германия	1 103 868	1 130 240	1 182 465	2 221 243,0	2 471 563,0	2 825 413,0
Канада	742 240	784 147	784 147	1 616401,0	1 689 621,2	1 69 254,7
Жапония	569 899	602 578	637 571	771 482,0	778 952,0	783 214,0
Франция	451 560	481 677	487 389	594 447,0	602 589,0	653 157,0
Аустралия	302 397	304 170	314 382	368 856,0	376 245,0	417 892,0
Ирак	200 644	283 548	328 393	275 376,0	285 371,6	325 698,6
Сауд Арабиясы	283 730	277 718	285 642	242 561,0	285214,0	292 478,0
Бельгия	151 680	157 411	163 715	199 686,0	236 541,0	259 631,0
Ресей	148 104	149 532	154 919	173 927,0	123 641,0	116 420,0
Ауғанстан	140 257	147 570	150 795	133 006,0	125 147,0	127 124,0
Чех Республикасы	127 168	142 118	171 835	80 186,0	80793,0	82733,0
Польша	126 513	141 990	135 037	78 273,0	92 453,0	93 218,0
Түркия	651 218	59 124	62 458	73 798,0	72 345,0	74 125,0
Қазақстан	17815,5	29229,3	50891,4	70691,5	72 351,8	75 124,8
Италия	28 805	30 044	33 450	38 615,0	37 564,0	37 257,0
Швейцария	26 992	29 248	32 532	17 896,0	18258,0	19 621,0
Швеция	20 495	25 281	29 371	12 874,0	13 561,0	14 725,0
Украина	18 433	18 184	18 905	4 075,0	–	–
	8 520185	8 871252	9 142 962	13 610813	14445601,0	13531948,1
Ескертпе: [15] дереккөз негізінде авторлармен құрастырылған.						

2021 ж. кілемдер мен кілем бұйымдарының негізгі импорттаушылары қатарында АҚШ болды, оның кілем импортының көлемі – 3 458 792 мың долларды құрады, Ұлыбритания – 3 624 598 мың доллар, Германия – 2 471 563 мың доллар, ал Канада – 1 689 621 мың долларға тең болды.

Жоғарыдағы кестеге сәйкес, соңғы алты жылда кілемдер мен кілем бұйымдары импортының әлемдік өсімі байқалады, тек 2022 ж. ғана аз көлемде ғана төмендеген. Кілем импортының ең жоғары көрсеткіштері 2021 ж. байқалып отыр. Жалпы, 2017–2022 жж. аралығында импорт көлемі 8520185 мың доллардан 13531948,1 мың долларға немесе 158,8%-ға өсті. 2022 ж. кілемдер мен кілем бұйымдарының негізгі импорттаушылары арасынан Ұлыбритания – 3 732 614,0 мың

доллар, кілем импорты бойынша АҚШ – 3 432 248,0 мың доллар, Германия – 2 825 413,0 мың доллар және Канада – 1 69 254 долларды құрады.

Кілемдер мен кілем бұйымдарының экспорты бойынша көшбасшы Қытай болып табылады, оның жылдық айналымы орта есеппен 2,8 млрд долларды құрайды, Түркияның экспорт айналымы 2,2 млрд долларды құрап, ол екінші орынды иеленуде, ал Үндістан мен Бельгия 1,6 млрд доллардан астам сомаға кілемдер мен кілем бұйымдарын экспорттайды. ТМД елдері арасында Беларусь шамамен 44 миллион доллар, Өзбекстан 15 миллион доллардан астам және Молдова 13 миллион доллар экспорттайды. Қазақстанның экспорты 2022 ж. 3,2 млн доллардан асты.

Кәсіпорынның белгілі бір тауар нарығында бәсекеге қабілеттілігі өнімнің бәсекеге қабілеттілігіне және бәсеке нәтижелеріне әсер ететін кәсіпорын қызметінің экономикалық әдістерінің жиынтығына тікелей байланысты [16].

«Бал Текстиль» және «Назар Текстиль» кәсіпорындарының қызметін талдау барысында кәсіпорын жұмысының соңғы жылдарында өнімнің өзіндік құнында материалды шығындар үлесінің ұлғаюы байқалады, сәйкесінше өнімнің бағасы жоғары болғанымен оның бағасы бәсекелестерден айтарлықтай төмен.

Қолданыстағы ғылыми-әдістемелік тәсілдер негізінде, сондай-ақ кәсіпорынның статистикалық мәліметтерінің негізінде экономикалық-математикалық модельді құруға болады.

Бұл кәсіпорынның өзіндік құнының және басқа да экономикалық көрсеткіштерінің болжамын жасауға көмектеседі. Бұл, сондай-ақ, өнімнің өзіндік құнын төмендету және сәйкесінше кәсіпорындардың рентабельділігін арттыру, пайданы және кәсіпорын қызметкерлерінің әлауқатын арттыру жолдарын белгілеуге мүмкіндік береді.

Кәсіпорынның тауарлық өнімінің өзіндік құнын экономикалық-математикалық модельдеу және болжау стратегиялық шешімдерді қабылдауға және олардың орындалуын бақылауға байланысты күрделі жағдайларды тиімді талдауға мүмкіндік береді. Ол көптеген жағдайларды болжауға мүмкіндік бере отырып, өз кезегінде қолда бар ресурстарды тиімдірек пайдалануға, болашақ тәуекелдер мен шығындар деңгейін төмендетуге едәуір көмектеседі.

Жаңа өнімді әзірлеу кезеңдерінде оның құны тек ықтималдық болжамдық мән ретінде есептеледі. Сонымен бірге, болжамдық бағалаудың әртүрлі әдістері қолданылады. Өзіндік құн өнімнің бағасын анықтаудың негізі болып табылады. Оның төмендеуі пайда мөлшері мен рентабельділік деңгейінің өсуіне әкеледі. Шығындарды төмендетуге қол жеткізу үшін оның құрамын, құрылымын және оның серпінінің факторларын білу қажет. Осының барлығы өзіндік құнды талдау кезінде статистикалық зерттеудің пәні болып табылады. Корреляциялық-регрессиялық талдау әдісі кәсіпорын қызметінің нәтижелері мен осы көрсеткіштерге әсер ететін факторлар арасындағы байланысты анықтауға мүмкіндік береді. Сонымен, көп корреляциялық-регрессиялық талдаудың көмегімен бір немесе бірнеше тәуелсіз факторлардың тәуелді факторға әсері зерттеледі. Регрессия теңдеуінің параметрлерін табу есебін шешудің негізгі әдісі – ең кіші квадраттар әдісі (ЕКӘ). Бұл әдіс факторлық белгілермен (көптеген белгілермен) байланысты теңдеумен есептелген мәндерден тәуелді айнымалының нақты өлшенген мәндерінің ауытқуының квадраттарының қосындысын азайтудан тұрады [17]. Кез келген құбылыс, соның ішінде экономикалық құбылыс, бір уақытта және жиынтықта әрекет ететін көптеген факторлармен анықталады. Сондықтан, Y бір айнымалының (нәтижелік белгінің) белгілі бір жерде және уақытта x_1, x_2, \dots, x_m бірнеше түсіндірмелі айнымалыларға (факторлар немесе факторлық белгілер) тәуелділігін зерттеу міндеті қойылады [18]. Сонымен, нәтижелі белгі ретінде сатудың өзіндік құнын таңдауға болады, ал факторлар ретінде – жоғарыда аталған шығындар топтары: материалдық шығындар, еңбекақы шығындары, мемлекеттік әлеуметтік сақтандыруға аударымдар және т.б. таңдалады. Алынған белгіге ең көп әсер ететін факторларды анықтау үшін корреляция коэффициенттері есептеледі. Тәуелді айнымалы y пен x_1, x_2, \dots, x_m айнымалылар арасындағы сызықтық қатынасты қарастырайық.

Онда регрессивті модель келесідей болады:

$$y = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \dots + \beta_m x_m + \varepsilon, \quad (1)$$

мұндағы ε болжамнан эмперикалық мәндің ауытқуын көрсетеді; коэффициенттер $\beta_k (k = 0, \dots, m)$ – регрессия параметрлері немесе көптік регрессия коэффициенттері. Онда y шамасының болжамдалған мәнін \hat{y} жазамыз:

$$\hat{y} = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + b_mx_m, \quad (2)$$

мұндағы b_k ($k = 0, \dots, m$) – параметрлер бағасы β_k ($k = 0, \dots, m$).

Белгісіз параметрлер векторын анықтау үшін β_k ($k = 0, \dots, m$) ең кіші квадрат әдісін қолданамыз. Есептелген регрессия мәндерінен эмперикалық мәндердің квадраттық ауытқуларының қосындысы минималды болуы керек.

Корреляцияның көптік коэффициентінің R көмегімен регрессия тендеуінің практикалық маңыздылығы, алынған белгі мен факторлар арасындағы байланыстың жақындығын бағалау болып табылады. R 1-ге жақын болған сайын модельді сараптамалық деректерге сәйкес деп санауға болады және осы модель негізінде экономикалық талдау мен болжау жүргізілуі мүмкін. Регрессияның сапасын тексеру үшін F – статистикасын пайдаланып, мәні ізделеді.

Егер, табылған мән $F_{расч} > F_{крит}$ болса, онда нөлдік гипотеза жоққа шығарылады және U шамасы әрекетінің «түсіндірмесі» кездейсоқ алынғаннан жақсырақ деген қорытындыға келеді. F үшін критикалық деңгейлер 5% мәнділік деңгейінде және k_1 және k_2 еркіндік дәрежесінде. Корреляция коэффициентінің мәнділігі Стьюдент үлестірілімі бар кездейсоқ шаманың көмегімен тексеріледі. $t_{крит}$ шамасының критикалық мәні k_1 еркіндік дәрежесінің саны мен маңыздылық деңгейі 5% болатынын ескере отырып анықталады. Егер $t_{расч} > t_{крит}$ болса, онда корреляцияның көптік коэффициенті маңызды болып есептеледі және біз нәтижелі белгіні болжамды бағалау үшін осындай факторларды пайдалана аламыз.

Өнімнің өзіндік құнын төмендетудің және кәсіпорынның рентабельділік деңгейін арттырудың негізгі факторы болып инновацияларды енгізу арқылы ресурстарды тұтыну үдерісін жақсарту, өндірістік ресурстардың өзіндік құнын төмендетуді көздейтін ресурстарды үнемдеу мәселесін шешу қарастырылады. Ресурстарды үнемдеу – ресурстардың құнын, өнімнің ресурс сыйымдылығын төмендетуді және оларды барынша ұтымды пайдалану арқылы өндіріс тиімділігін арттыруды қамтамасыз ететін шаралар кешені. Ол, негізінен, үнемдеу есебінен өндірістің ресурстарға қажеттілігін арттыру мәселесін шешуге ықпал етеді. Экономикалық тиімділік – пайдалы нәтижелер мен өндірістік факторлардың шығындарының арақатынасын білдіреді. Сондықтан, ресурстарды ұтымды пайдалану техника мен технологияның қазіргі даму деңгейінде оларды пайдаланудың максималды тиімділігіне қол жеткізуді көздейді.

«Бал Текстиль» кәсіпорнының өткізілген өнімінің өзіндік құнының өзгеруінің кәсіпорынның операциялық шығындарының өзгеруіне тәуелділігінің экономикалық-математикалық моделін құрастырайық. 2014–2022 жж. арналған «Бал Текстиль» компаниясының операциялық шығындары мен өнімнің өзіндік құны 4-кестеде берілген.

Кесте 4 – «Бал Текстиль» операциялық шығындары (млн теңге) мен 1 ш/м өнімнің өзіндік құны

	Сатылған тауардың 1 ш/м шаққандағы құны	Материалдық шығындар	Еңбек шығындары	Әлеуметтік қажеттіліктерге аударымдар	Амортизация	Басқа операциялық шығындар
2014 ж.	2 130,13	7,609	19,144	2,222	15,300	2,754
2015 ж.	2 048,53	540,239	52,825	9,978	19,125	43,605
2016 ж.	1 945,39	982,497	93,767	17,223	19,125	54,621
2017 ж.	1 816,56	1375,109	139,237	23,801	28,675	68,080
2018ж.	1 751,19	1862,020	182,217	30,800	33,325	80,625
2019 ж.	1 651,85	3171,253	307,328	52,497	56,225	129,350
2020 ж.	1 513,06	3900,240	378,089	56,805	60,550	143,500
2021 ж.	1 489,93	5519,249	551,250	78,750	77,700	179,760
2022 ж.	1 491,80	8049,791	787,500	112,500	371,440	155,302

Ескертпе: Авторлармен құрастырылған.

4-кестеге сәйкес өткізілген өнімнің өзіндік құнының құрылымында материалдық шығындар басым болып отыр. Абсолюттік шығындарды төмендету үрдістері өнім нарығындағы бәсекелестіктің күшеюіне байланысты. Корреляцияның жұптық коэффициенттерінің матрицасы 5-кестеде берілген.

Кесте 5 – Корреляцияның жұптық коэффициенттерінің матрицасы

	у	x1	x2	x3	x4	x5
у	1					
x1	-0,88625	1				
x2	-0,88107	0,999594	1			
x3	-0,90081	0,998173	0,997017	1		
x4	-0,56937	0,857581	0,857154	0,845083	1	
x5	-0,97487	0,891737	0,887482	0,9053	0,546127	1

Ескертпе: Авторлармен құрастырылған.

Корреляцияның жұптық коэффициенттерінің матрицасын талдау көптік корреляциялық модельге кіретін факторлық белгілерді таңдауға мүмкіндік береді [19]. Модельге бірінші, екінші және бесінші факторлық белгілерді қосуға болатынын анықтадық. 1 ш/м-ге өткізілген өнімнің өзіндік құны мен операциялық шығындар – материалдық шығындар, еңбек ақы шығындары және басқа операциялық шығындар арасындағы байланысты сипаттайтын регрессия теңдеуін құрастырайық.

Модельдегі таңдалған факторлардан кейін келесі теңдеу алынды:

$$y = 2122,19 - 0,175x_1 + 1,695x_2 - 3,57x_3, \quad (3)$$

онда 1 шаршы/м өткізілген өнімнің өзіндік құны мен операциялық шығындары – материалдық шығындар, еңбекақы шығындары, басқа операциялық шығындары арасындағы қатынасты сипаттайды. Бірнеше корреляция коэффициенттері R (0,97679) және R² (0,95412) детерминациясы модельді сараптамалық деректерге сәйкес деп санауға және оның негізінде экономикалық талдау жүргізуге және өткізілген өнімнің 1 шаршы/м өзіндік құнын болжауға болатындығын көрсетеді.

Бұл модель өткізілген өнімнің өзіндік құнының өзгеруінің материалдық шығындардың, еңбекақы шығындарының және басқада операциялық шығындардың өзгеруіне тәуелділігін жеткілікті жоғары дәлдікпен (95%) бағалауға мүмкіндік береді [20].

Осылайша, ұсынылған модель кешенді тәсілді қамтамасыз етеді және өнімнің өзіндік құнын төмендетуге көмектеседі, сәйкесінше, оны өндіру мен өткізуге кететін шығындарды азайту арқылы оның бәсекеге қабілеттілігін арттырады.

Қорытынды

Осылайша, талдау Қазақстанда кілем өнеркәсібінің әлсіз дамығандығын көрсетті. Оның елдегі жалпы ішкі өнімдегі үлесі 2020 ж. 0,05%, жеңіл өнеркәсіп құрылымында 16% құрады. Елімізде кілем және кілем бұйымдарын шығаратын екі кәсіпорын бар, олар Шымкентте орналасқан «Бал Текстиль» ЖШС және «Назар Текстиль» ЖШС.

Ағымдағы жағдайды келесілерге бағытталған дағдарысқа қарсы шараларды әзірлеу және енгізу арқылы ғана өзгертуге болады:

- ♦ өндірісті техникалық қайта жарақтандыру және жаңғырту, серпінді технологияларды енгізу және кәсіпорындардың инновациялық қызметін жандандыруды, импортты алмастыруды қамтамасыз ететін жаңа жоғары өнімді өндірістерін құру негізінде кілем өнеркәсібінің өндірістік әлеуетін арттыру және саланың шет елдерге технологиялық және тауарлық тәуелділігінің төмендету;

- ♦ өндірістің экономикалық тиімділігін, еңбек өнімділігін едәуір арттыратын технологиялық үдерістер мен өнімдердің экологиялық қауіпсіздігін, ресурстарды үнемдеу, өндіріс мәдениетін арттыруды қамтамасыз ету;
- ♦ бәсекеге қабілеттілікті арттыру және ғылымисыымды өнім көлемін ұлғайту;
- ♦ ішкі нарықтағы қазақстандық тауарлардың үлесін 2026 жылға қарай 0,1 пайызға дейін ұлғайту мақсатында көлеңкелі өндіріс пен заңсыз импортқа қарсы күресті күшейту;
- ♦ өрекиениетті тұтыну нарығы мен нарықтық инфрақұрылымды қалыптастыру, тауарды таратудың өңір аралық және сала аралық желісін дамыту, жақын және алыс шетелдермен коммерциялық байланыстарды дамыту [21];
- ♦ инвестициялық және инновациялық белсенділікті ынталандыру, инновациялық даму қорлары мен шетелдік инвестицияларды тарту;
- ♦ шағын және орта кәсіпкерлік субъектілерінің аймақ аралық және сала аралық өзара әрекетінің интеграциясын дамыту, кооперация үдерістерін тереңдету;
- ♦ еңбек ресурстарын ұдайы өндіру жүйесін дамыту, ашық нарықта өндіріс пен бизнесті шебер жүргізуге қабілетті жұмысшыларды, басшыларды және басқарушы кадрларды даярлау және қайта даярлау;
- ♦ ғылым мен техника саласында мемлекет қабылдаған басымдықтарға сәйкес, ғылыми жұмыстарды бюджеттік қаржыландыруды қамтамасыз ету;
- ♦ отандық тауар өндірушілердің ішкі нарықтағы тұрақты жағдайын заңнамалық қамтамасыз ету, кедендік және несиелік саясатты жетілдіру, өнім экспортын ынталандыру;
- ♦ кедендік бақылауды күшейту, Қазақстан Республикасының заңнамасына оның нормаларына зияткерлік меншік құқықтарын бақылауды күшейту, зияткерлік меншік құқықтарының нәтижелері көрсетілген тауарларды өткізу бойынша сыртқы экономикалық операцияларды құқықтық реттеуге тікелей бағытталған өзгерістер мен толықтырулар енгізу.

ӘДЕБИЕТТЕР

- 1 Қазақстан Республикасын индустриялық–инновациялық дамытудың 2021–2025 жылдарға арналған 2020 жылғы 31 желтоқсандағы № 1050 Мемлекеттік бағдарламасы. URL: <https://adilet.zan.kaz/kaz/docs/P1900001050>
- 2 Кибяева А.Б., Тусупова Л.А., Гизе Р. Влияние человеческого капитала на развитие экономики // Вестник университета «Туран». – 2022. – № 4(96). – С. 184–199.
- 3 Саркытова А.А., Ряховская А.Н., Конырбеков М.Ж. Проблемы конкурентоспособности региональной экономики // Вестник университета «Туран». – 2022. – № 4(96). – С. 226–238.
- 4 Тоқаев Қ.Қ. «Әділетті мемлекет. Біртұтас ұлт. Берекелі қоғам», Қазақстан халқына жолдауы – 2022. URL: <https://www.akorda.kz/ru/> (өтініш берілген күн: 14.12.2022)
- 5 2019 жылғы 24 желтоқсандағы № 968 «Бизнестің жол картасы – 2025» бизнесті қолдау мен дамытудың мемлекеттік бағдарламасы. URL: <https://adilet.zan.kaz/kaz/docs/P1900000968>
- 6 Инструменты поддержки бизнеса от Kazakh Export. URL: <https://kazakhexport.kz/ru/page/kak-poluchit-podderzhku-KazakhExport/> (дата обращения: 01.12.2022)
- 7 Казахстан и международное сотрудничество – 2022. URL: <https://atameken.kz/ru/departments/46-vneshnetorgovaya-palata-kazahstana/> (дата обращения: 09.12.2022)
- 8 Программа по развитию легкой промышленности в Республике Казахстан на 2010–2014 годы от 30 сентября 2010 года, № 1003. URL: <https://adilet.zan.kaz/rus/> (дата обращения: 17.10.2022)
- 9 Родионова Л.Н., Кантор О.Г., Хакимова Ю.Р. Оценка конкурентоспособности продукции // Маркетинг в России и за рубежом. – 2019. – № 1. – С. 63–77.
- 10 Шелудько Е.Б. Конкурентоспособность продукции: сущность, факторы и принципы // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – № 10. – С. 25–27.
- 11 «Бал Текстиль» ЖШС мен «Назар Текстиль» ЖШС жылдық есептері. 2017–2022 жж.
- 12 Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан: СНГ за 2015–2022 годы. Анализ рынка ковров и ковровых изделий Казахстана. URL: <https://gidmark.ru/> (дата обращения: 01.12.2022)
- 13 Ковер АНСИ Компания, информационный портал / Современные центры мирового производства ковров. URL: <https://ansygallery.ru/carpets/geo/> (дата обращения: 15.12.2022)
- 14 Информационный портал. Анализ экспорта и импорта ковровой продукции в СНГ за 2018–2022 гг. URL: <https://businessstat.ru/> (дата обращения: 12.12.2022)
- 15 Анализ мирового рынка тканых ковров и ковровых изделий в 2018–2022 гг., прогноз на 2023–2027 гг. URL: <https://businessstat.ru/catalog/id8313/> (дата обращения: 12.12.2022)

- 16 Chabowski B.R., Mena J.A. A review of global competitiveness research: Past advances and future directions // *Journal of International Marketing*. 2018, no. 25(4), pp. 1–24.
- 17 Allee Kristian D., Do Chuong, Sterin M. Product market competition, disclosure framing, and casting in earnings conference calls // *Journal of Accounting and Economics*, Elsevier. 2021. Vol. 72(1). URL: <https://ideas.repec.org/a/eee/jaecon/v72y2021i1s0165410121000203.html>.
- 18 Methodologies to measure market competition, OECD Competition Committee Issues Paper. 2021. URL: <https://oe.cd/mmmmc/> (accessed: 24.12.2022)
- 19 Сучкова Е.А. Методы оценки конкурентоспособности организации // *Молодой ученый*. – 2021. – № 4(294). – С. 156–159.
- 20 Kauffman R.J., Walden E.A. Economics and electronic commerce: Survey and directions for research // *International Journal of Electronic Commerce*. 2001, no. № 5(4), pp. 5–116. URL: <https://www.jstor.org/stable/27750992>
- 21 Myong–Hun An, Gyong–Yong Ri, Gwang–Nam Rim. Intellectual Product and Method of Assessing the Competitiveness of an Enterprise with It // *Journal of the Knowledge Economy*, Springer. Portland International Center for Management of Engineering and Technology (PICMET). 2020, no. 11(3), pp. 1059–1085.

REFERENCES

- 1 Qazaqstan Respublikasyn industrijalıyq–innovacijalyq damytudyń 2021–2025 zhyldarǵa arnalǵan 2020 zhylyǵy 31 zheltoqsandaǵy № 1050 Memlekettik baǵdarlamasy. URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P1900001050>. (In Kazakh).
- 2 Kibaeva A.B., Tusupova L.A., Gize R. (2022) Vlijanie chelovecheskogo kapitala na razvitie jekonomiki // *Vestnik universiteta «Turan»*. No. 4(96). P. 184–199. (In Russian).
- 3 Sarkytova A.A., Rjahovskaja A.N., Konyrbekov M.Zh. (2022) Problemy konkurento-sposobnosti regional'noj jekonomiki // *Vestnik universiteta «Turan»*. No. 4(96). P. 226–238. (In Russian).
- 4 Toqaev Q.Q. «Ädiletti memleket. Birtütas ült. Berekeli qoǵam», Qazaqstan halqyna joldauy – 2022. URL: <https://www.akorda.kz/ru/> (ötiniş berilgen kün: 14.12.2022). (In Kazakh).
- 5 2019 jylǵy 24 jeltoqsandaǵy № 968 «Biznestiń jol kartasy – 2025» biznesti qoldau men damytudyń memlekettik baǵdarlamasy. URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P1900000968>. (In Kazakh).
- 6 Instrumenty podderzhki biznesa ot Kazakh Export. URL: <https://kazakhexport.kz/ru/page/kak-poluchit-podderzhku-KazakhExport/> (data obrashhenija: 01.12.2022). (In Russian).
- 7 Kazahstan i mezhdunarodnoe sotrudnichestvo – 2022. URL: <https://atameken.kz/ru/departments/46-vneshnetorgovaya-palata-kazahstana/> (data obrashhenija: 09.12.2022). (In Russian).
- 8 Programma po razvitiju legkoj promyshlennosti v Respublike Kazahstan na 2010–2014 gody ot 30 sentjabrja 2010 goda, No. 1003. URL: <https://adilet.zan.kz/rus/> (data obrashhenija: 17.10.2022). (In Russian).
- 9 Rodionova L.N., Kantor O.G., Hakimova Ju.R. (2019) Ocenka konkurentosposobnosti produkcii // *Marketing v Rossii i za rubezhom*. No. 1. P. 63–77. (In Russian).
- 10 Shelud'ko E.B. (2016) Konkurentosposobnost' produkcii: sushhnost', factory i principy // *Nauchno-metodicheskij jelektronnyj zhurnal «Koncept»*. No. 10. P. 25–27. (In Russian).
- 11 «Bal Tekstil» JŞS men «Nazar Tekstil» JŞS jyldyq esepteri. 2017–2022 jj. (In Kazakh).
- 12 Bjuro nacional'noj statistiki Agentstva po strategicheskomu planirovaniyu i reformam Respubliki Kazahstan: SNG za 2015–2022 gody. Analiz rynka kovrov i kovrovyyh izdelij Kazahstana. URL: <https://gidmark.ru/> (data obrashhenija: 01.12.2022). (In Russian).
- 13 Kover ANSI Kompanija, informacionnyj portal / *Sovremennye Centry mirovogo proizvodstva kovrov*. URL: <https://ansygallery.ru/carpets/geo/> (data obrashhenija: 15.12.2022). (In Russian).
- 14 Informacionnyj portal. Analiz jeksporta i importa kovrovoy produkcii v SNG za 2018–2022 gg. URL: <https://businessstat.ru/> (data obrashhenija: 12.12.2022). (In Russian).
- 15 Analiz mirovogo rynka tkanyh kovrov i kovrovyyh izdelij v 2018–2022 gg., prognoz na 2023–2027 gg. URL: <https://businessstat.ru/catalog/id8313/> (data obrashhenija: 12.12.2022). (In Russian).
- 16 Chabowski B.R., Mena J.A. (2018) A review of global competitiveness research: Past advances and future directions // *Journal of International Marketing*. no. 25(4), pp. 1–24. (In English).
- 17 Allee Kristian D., Do Chuong, Sterin M. (2021) Product market competition, disclosure framing, and casting in earnings conference calls // *Journal of Accounting and Economics*, Elsevier. Vol. 72(1). URL: <https://ideas.repec.org/a/eee/jaecon/v72y2021i1s0165410121000203.html>. (In English).
- 18 Methodologies to measure market competition, OECD Competition Committee Issues Paper. 2021. URL: <https://oe.cd/mmmmc/> (accessed: 24.12.2022). (In English).
- 19 Suchkova E.A. (2021) Metody ocenki konkurentosposobnosti organizacii // *Molodoj uchenyj*. No. 4(294). – С. 156–159. (In Russian).

20 Kauffman R.J., Walden E.A. (2001) Economics and electronic commerce: Survey and directions for research // International Journal of Electronic Commerce, no. No. 5(4), pp. 5–116. URL: <https://www.jstor.org/stable/27750992>. (In English).

21 Myong–Hun An, Gyong–Yong Ri, Gwang–Nam Rim. (2020) Intellectual Product and Method of Assessing the Competitiveness of an Enterprise with It // Journal of the Knowledge Economy, Springer. Portland International Center for Management of Engineering and Technology (PICMET). , no. 11(3), pp. 1059–1085. (In English).

Р.С. ПАРМАНОВА,*¹

к.э.н., ассоциированный профессор.

*e-mail: rimma200675@mail.ru

ORCID ID: 0000–0001–6421–150X

С.А. ИЛАСHEВА,²

к.э.н., ассоциированный профессор.

e-mail: S.ilasheva@mail.ru

ORCID ID: 0000–0002–6051–7496

А.К. САУРУКОВА,³

к.э.н., ассоциированный профессор.

e-mail: aika_s08@mail.ru

ORCID ID: 0000–0002–7463–0545

Н.М. КАЛМАНОВА,¹

магистр экономики и бизнеса, ст. преподаватель.

e-mail: nabi241174mail.ru

ORCID ID: 0000–0002–0510–092X

¹Каспийский общественный университет,

г. Алматы, Казахстан

²Южно-Казахстанский университет им. М. Ауезова,

г. Шымкент, Казахстан

³Университет «Туран»,

г. Алматы, Казахстан

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ

Аннотация

В рыночной экономике категория конкурентоспособности является одной из ключевых. Уровень конкурентоспособности продукции, выпускаемой предприятием, характеризует эффективность его функционирования. Открытие казахстанского рынка для зарубежных компаний привело к оживлению конкуренции. Вместе с тем значительная часть продукции казахстанских предприятий оказалась неконкурентоспособной не только на мировом, но и на внутреннем рынке. В связи с этим в промышленной политике Казахстан в настоящее время придерживается безальтернативного курса на развитие несырьевых секторов экономики, не зависящих от конъюнктуры мировых рынков [1]. В этой связи назрела необходимость разработки концептуальных направлений повышения конкурентоспособности продукции предприятий добывающих отраслей промышленности. На примере ковровой отрасли легкой промышленности в статье авторами исследованы мировые тенденции производства ковров и определено место отечественной ковровой продукции на мировом рынке. Проведен анализ современного состояния ковровой подотрасли на внутреннем рынке РК. Целью статьи является совершенствование методов оценки конкурентоспособности ковровой продукции с применением экономико-математического моделирования. Предложенная модель обеспечивает комплексный подход и способствует снижению себестоимости ковровой продукции и, соответственно, повышает ее конкурентоспособность за счет снижения издержек на ее производство и сбыт продукции. При проведении исследований использовались методы экономико-математического моделирования, статистического анализа, экономического анализа и синтеза и др. Актуальность темы исследования определяется тем, что разработка рекомендаций по повышению конкурентоспособности ковровой продукции на внутреннем рынке будет способствовать экономическому росту отрасли, отвечающему требованиям социально-экономического развития страны.

Ключевые слова: экономика, промышленность, отрасль, конкурентоспособность, продукция, ковры и ковровые изделия.

R.S. PARMANOVA,*¹

c.e.s., associate professor.

e-mail: rimma200675@mail.ru

ORCID ID: 0000-0001-6421-150X

S.A. ILASHEVA,²

c.e.s., associate professor.

e-mail: S.ilasheva@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-6051-7496

A.K. SAURUKOVA,³

c.e.s., associate professor.

e-mail: aika_s08@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-7463-0545

N.M. KALMANOVA,¹

master of economics and business, senior lecturer

e-mail: nabi241174@mail.ru

¹Caspian Public University,

Almaty, Kazakhstan

²South Kazakhstan University named after M. Auezov,

Shymkent, Kazakhstan

³Turan University,

Almaty, Kazakhstan

INCREASING THE COMPETITIVENESS OF DOMESTIC PRODUCTS

In a market economy, one of the key categories is competitiveness. The efficiency of the functioning of the enterprise characterized by the level of competitiveness of the manufactured product. The opening of the Kazakh market to foreign companies has led to a revival of competition. At the same time, a significant part of the products of Kazakh enterprises turned out to be uncompetitive not only in the world, but also in the domestic market. Kazakhstan's industrial policy today adheres to a non-alternative course towards the development of non-primary sectors of the economy that do not depend on the conditions of world markets [1]. In this regard, there is a need to develop conceptual frameworks for increasing the competitiveness of products of enterprises in the extractive industries. On the example of the light carpet industry the authors of this article studied the global trends in the production of carpets and determined the place of domestic carpet products in the world market. An analysis of the current state of the carpet sub-sector in the domestic market of the Republic of Kazakhstan was carried out. The purpose of the article is to improve the assessing methods for the carpet products competitiveness by using economic and mathematical modeling. The proposed model provides an integrated approach and helps to reduce the cost of carpet products and accordingly, to increase its competitiveness by reducing the costs of its production and marketing. In the research the methods of economic and mathematical modeling, statistical analysis, economic analysis and synthesis, etc. were used. The relevance of the topic of the research is determined by the fact that the development of recommendations to improve the competitiveness of carpet products in the domestic market will contribute to the economic growth of the industry, meeting the requirements of socio-economic development of the country.

Key words: economy, industry, field, competitiveness, products, carpets and carpet products.