

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ БІЛІМ МИНИСТРЛІГІ
С.АМАНЖОЛОВ АТЫНДАҒЫ ШЫҒЫС ҚАЗАҚСТАН МЕМЛЕКЕТТІК
УНИВЕРСИТЕТІ

Апышева А. А.

*Экономикалық жүйелердің
бәсекеге қабілеттілігі ілімі және
тәжірибесі*



Өскемен, 2014ж

«Экономикалық жүйелердің бәсекеге қабілеттілігі: ілімі және тәжірибесі» пәні бойынша дәрістер

Глоссарий

Аваль — вексельдік кепілдік, бұл жағдайда оны жасаған тұлға вексель бойынша міндетті басқа тұлға үшін вексель бойынша төлем жасауға (толық немесе бір бөлігінде) өзіне міндеттеме алады.

Адвалорлық (адвалерлік) баждар - кеден баждарының түрі, олар тауардың кедендік құнына пайыздық қатынас бойынша өндіріп алынуымен сипатталады.

Айлық есептік көрсеткіш — зейнетақы, жәрдемақы және өзгедей төлемақыларды есептеу үшін, сондай-ақ айыппұл санкцияларын, салық төлемдері мен басқа да төлемдерді қолдану үшін республикалық бюджет туралы заңда жыл сайын белгіленетін көрсеткіш.

Аймақтық бағдарлама — мәслихаттар бекітетін, аймақтың (аумақтың) әлеуметтік-экономикалық дамыту міндеттерін шешуге бағытталған бағдарлама.

Акциздер — акцизделетін тауарларға және қызметтің акцизделетін түрлеріне салынатын, олардың бағасына қосылатын және сатып алушы төлейтін жанама салықтардың түрі.

Акционерлік қоғам — жарғылық қоры акционерлердің арасында таратылған акциялардың белгілі бір санына бөлінген заңи тұлға, акциялардың саны олардың пайдадан өзінің үлссін (дивидендтер) алу құқығын куәландырады.

Акция — акционерлік қоғам шығаратын және акционерлік қоғамды басқаруға қатысуға, ол бойынша дивиденд және акционерлік капиталына қатысатын және иелеушісіне қоғам таратылған жағдайда оның мүлкіне құқықтарды куәландыратын бағалы қағаз. Акциялар тек атаулы эмиссиялық бағалы қағаздар ретінде шығарылады.

Ақша - сатып алу - сатуда құн өлшемі болып табылатын және тауарларды айырбастау кезінде жалпыға ортақ балама рөлін атқаратын металл немесе қағаз белгілер, ерекше тауар.

Бизнес-жоспар — фирманың бизнес-операциясын, іс-қимылдарын жүзеге асыру жоспары, бағдарламасы, ол фирма, тауар, оның өндірісі, өткізу рыноктары, маркетинг, операциялардың ұйымдастырылуы және олардың тиімділігі туралы мәліметтерден тұрады.

Боналар — мемлекеттік қазынашылық, муниципалдық органдар, мекемелер, фирмалар шығаратын және ұстаушылары сатып алу және төлем құралдары ретінде пайдаланатын борышқорлық міндеттемелер.

Бонус - жер қойнауын пайдаланушының тіркелген төлемдері, жер қойнауын пайдалануға жасалған келісімшартқа белгіленген мөлшерде және тәртіппен ақша нысанында төленеді. Жер қойнауын пайдаланушы оны пайдаланудың жеке жағдайларын ескере отырып бонустардың мынадай түрлерін — қол қойылатын бонусты, коммерциялық табу бонусын төлейді.

Борыш мониторингі — мемлекеттің өзі уәкілеттік берген органдар арқылы борышты есепке алу, талдау және қалыптастыру, өзгерту және қызмет керсету процесін бақылау жөніндегі қызметі.

Брокер — қор және тауар биржаларында, валюта рыноктарында тауарларды, бағалы қағаздарды, валюталар мен басқа да құндылықтарды сатып алушылар мен сатушылар арасында мәміле жасау кезінде арада жүретін делдал.

Бюджет — мемлекеттің міндеттері мен функцияларын іске асыруды қаржымен қамтамасыз етуге арналған орталықтандырылған ақша қоры.

Бюджет жүйесі - бюджеттердің және Қазақстан Республикасы Ұлттық қорының, сондай-ақ бюджеттік процестер мен қатынастардың жиынтығы.

Бюджет қаражаты — мемлекеттік меншікке түсуі мен жұмсалуды бюджетте ақша нысанында қарастыратын мемлекеттің ақша және өзге де активтері.

Бюджетаралық қатынастар — жоғарғы және төменгі бюджеттердің бюджеттік процесіндегі қатынастары.

Бюджеттік кредит — бюджеттен қайтарымды, мерзімді және ақылы негізде бөлінетін ақша.

Бюджеттік кредиттеу - бюджеттік кредитті беру, пайдалану, оған қызмет көрсету және оны өтеу туралы шешім қабылдау рәсімдерін қамтитын процесс.

Бюджеттік процесс — бюджетті жоспарлау, қарау, бекіту, атқару, нақтылау, түзету жөніндегі, бюджеттің атқарылуы бойынша бюджет есебі мен есептемесін жүргізу, мемлекеттік қаржылық бақылау, сондай-ақ байланыстырылған гранттарды жоспарлау мен пайдалану жөніндегі Қазақстан Республикасының бюджет заңнамасымен реттелген қызмет.

Валюталық түсім-ақша - тауарлар мен қызметтер экспортынан, сондай-ақ халықаралық кредиттерден түскен шетел валютасы.

Инвестициялық преференциялар - Қазақстан Республикасының инвестициялық жобаның іске асырылуын жүзеге асырушы заңи тұлғаларына сәйкес берілетін атаулы сипаттағы артықшылықтар.

Қаржы — ақша қаражатын, қаржы ресурстарын олардың жасалуы мен қозғалысы, бөлінісі мен қайта бөлінісі тұрғысынан алып қарайтын, сондай-ақ шарушылық жүргізуші субъектілер арасындағы өзара есеп айырысуларға, ақша айналысына байланысты туындайтын экономикалық қатынастарды білдіретін қорытындылаушы экономикалық термин.

Қаржы жүйесі — белгілі бір қоғамдық-экономикалық формация шеңберінде өмір сүретін қаржы қатынастары мен қаржы мекемелерінің жиынтығы; тар мағынада - мемлекеттің қаржы мекемелерінің жүйесі.

Қаржы жылы — бюджеттің атқарылуы жүзеге асырылатын, күнтізбелік жылдың 1 қаңтарынан басталып, 31 желтоқсанында аяқталатын уақыт кезеңі.

Қаржы қатынастары — өндірістік қатынастардың табиғи құрамды бөлігі; мемлекет пен шаруашылық жүргізуші жеке субъектілері арасындағы ақша нысанындағы экономикалық қатынастарды көрсетеді.

Мемлекеттік кредит — кредит қатынастарының жүйесі, бұл қатынас-тарда мемлекет өз органдары арқылы қарызгер, ал жеке және заңи тұлғалар несиегерлер болып табылады. Мемлекеттік кредит арқылы қайтарымдылық негізінде мемлекеттің шығындарын қаржыландыру үшін ақшалай қаражат шоғырландырылады.

Секвестр — бюджет қаражаттарын жұмсауға белгілі бір шектерде тиым салуды көздейтін арнайы тетік, ол бюджетті атқару кезінде бекітілген бюджетке түсетін түсімдер қысқартылған, соның нәтижесінде бекітілген бюджеттік бағдарламаларды толық көлемде қаржыландыру мүмкін болмайтын жағдайда енгізіледі.

Трансферттер — бюджетке және Қазақстан Республикасының Ұлттық қорына, сондай-ақ бюджеттен, соның ішінде жеке және заңи тұлғаларға Қазақстан Республикасының Ұлттық қорынан бюджетке төленетін өтеусіз және қайтарылмайтын телемдер.

Эмитенттер - қолданылып жүрген заңдарға сәйкес эмиссиялық, бағалы қағаздар шығаруды жүзеге асыратын заңи тұлғалар.

Тақырып 1 Бәсеке нарықтық шаруашылық жүргізуші субъектілердің қозғаушы күші

Дәріс мақсаты: Бәсеке нарықтық шаруашылық жүргізуші субъектілердің қозғаушы күші жөнінде студенттердің ілімдік білімдерін қалыптастыру.

1 Бәсеке, оның түрлері; жетілген және жетілмеген бәсеке.

2 Жетілген бәсекенің белгілері.

3 Монополия, дуополия, алигополия мен дифференциаланған өнімі бар монополистік бәсеке

4 Қазақстан экономикалық ғылымдағы бәсеке мәселелері

Тақырыптың қысқаша мазмұны:

Бәсеке- нарықтық шаруашылық субъектілері арасындағы қосымша табыс алу үшін сапалы өндіріс факторларын иелену және тауарларды өткізу мүдделеріне байланысты қарама- қарсылықты күрес. Бәсеке жетілген(еркін) және жетілдірілмеген (еркін емес) болып бөлінеді.

Еркін бәсекеге көпшілік фирмалар бір текті өнім өндіріп сататын нарықтық құрылым тән. Салаға ену және шығу шектелмеген. Әр фирма саланың жалпы өнім көлемінің азғантай бөлігін өндіреді. Мұндай жағдайда бірде- бір фирма өнім бағасына әсер ететіндей нарықтың бөлігіне ие емес

Әрбір фирманың мінез-құлқына ол қызмет атқарып отырған нарықтың сипаты мен түрпаты әсер етеді. Нарықтың түрпаты өнімнің түріне, ондағы фирманың санына, салаға ену және шығу кедергілерінің болуы немерсе болмауына тәуелді болады.

Сұраныс пен ұсыныстың өзара байланысы нарықта жүзеге асады. Нарықтық қатынастар жүйесінде сатушылар мен сатып алушылар көптеген бәсекелес нарықтарда игіліктермен еркін алмаса алады. Бәсекелестік — қоғамның барлық экономикалық мәселелерін шешетін механизм болып табылады. Бұл өндірушілер мен сатып алушылар арасындағы кірістің жоғары көлемін алудағы бақталастығы.

Бәсекелестік жүзеге асатын жағдайды есепке ала отырып, экономистер нарықтың бірнеше нұрылымын ерекшелейді. Нарықтың құрылым сатушылардың (сатып алушылардың) баға мен сату (сатып алу) мүмкіндіктері мен санын есепке алуды қарастырады. Сондықтан экономикалық теорияда нарықтық құрылымның төрт түрпатын қарастырады: "жетілген бәсекелестік", "монополия", "монополистік бәсекелестік", "олигополия".

Бәсекелестік өндірушілерді нарықты игеру мақсатында ұсынылатын тауар мен қызмет түрлерін үнемі жетілдіруге ынталандырады. Ол сатуға ұсынылған өнімнің түр- түрін көбейту, кеңейту, тауар мен қызметтің жаңа түрлерін жасау және жеке өнімді жетілдіру есебінен жасалады.

Өндірушілер нарықтағы сатып алушылар үшін үнемі күреседі. Мұндай күрестің нәтижесі тұтынушылар сұранысын жан-жақты зерттейтін және тауарды өткізудің жаңа формалары мен әдістерін нұрайтын өткізуді ынталандыру саясаты болып табылады. Мұның бәрі бір жағынан фирмалардың пайдасын көбейтсе, екінші жағынан сатып алушының барлық қалауы мен қажеттіліктерін қанағаттандырады. Нәтижесінде тұтынушы да, жалпы қоғам да жеңіске жетеді.

Жетілген бәсекелестіктің ерекше қасиеттері. Жетілген бәсекелестік жағдайында ұзақ мерзімді уақытта шекті кіріс = шекті шығын = баға теңдігі сақталады.

Әрине, қысқа уақыт кезеңінде жетілген бәсекелестік жағдайында фирма көп пайда алуы немесе шығынға ұшырауы мүмкін. Бірақ, ұзақ мерзімді кезеңге бұл шарт қолайсыз, өйткені салаға еркін кіріп және одан еркін шығу жағдайында өте жоғары пайда көлемі осы салаға басқа фирмалардың кіруге деген қызығушылығын туғызады, пайдасыз фирмалар жеңіліске ұшырап, саладан шығып кетеді.

Бақылау сұрақтары:

1. Бәсеке, оның түрлері; жетілген және жетілмеген бәсеке айырмашылығы қандай?

2. Жетілген бәсекенің белгілері қандай?
3. Монополия, дуополия, олигополия мен дифференциаланған өнімі бар монополистік бәсеке деген не?
4. Қазақстан экономикалық ғылымдағы бәсеке мәселелері қандай?

Әдебиеттер: 1-4, 7, 8, 9, 10, 13-15, 16-19

Тақырып 2 Бәсеке қабілеттілік түсінігі және оның негізгі анықтамалары

Дәріс мақсаты: Бәсеке қабілеттілік түсінігі және оның негізгі анықтамалары жөнінде студенттердің ілімдік білімдерін қалыптастыру.

- 1.Классикалық мектеп өкілдерінің бәсеке қабілеттілік туралы түсінігі
- 2.Неоклассикалық мектеп өкілдерінің бәсеке қабілеттілік туралы ойлары
- 3.Ресей ғалымдарының бәсеке қабілеттілік анықтамалары
- 4.Қазақстандық ғалымдардың ғалымдарының бәсеке қабілеттілікке анықтамалары

Тақырыптың қысқаша мазмұны:

Классикалық мектеп өкілдерінің еңбектерінде негізінен баға тұрғысынан бәсекелестікке мән берілді. Бәсекелестік пайда нормаларын теңестіре отырып, еңбек пен капиталдың оңтайлы үлестірілуіне жол ашатындығын алғашқы болып А.Смит көрсетіп берді. Бәсекелестік жеке мүдделер мен экономикалық тиімділікті теңдестіреді, осы тұрғыдан қарағанда ол нарықтың «көрінбейтін қолына» ұқсас. Яғни, жекеменшік және қоғамдық мүдделерді теңдестіруді реттеп отыратын нарықтың автоматты түрде жүзеге асатын теңдестіру механизмін еске түсіреді.

А.Смит жасап шығарған толық (таза) бәсекелестік моделі нарықтық процестерді саналы түрде бақылауда ұстауға ешқандай мүмкіндік тудырмайды. Бұл модельдің үйлестіруші элементі (кұрамдас бөлігі) ретінде толығымен орталықсыздандырылған экономика жағдайындағы баға жүйесі көрсетілген.

Баға тұрғысынан реттеу идеясын Д.Рикардо өз еңбектерінде барынша дамытты. Ол ұзақ мерзім аралығындағы жүйенің қызмет атқаруын көрсететін толық бәсекелестіктің теориялық моделін қорытып шығарды. Бұл модель бәсекелестікті реттеудің ұзақ мерзім аралығында маңызы жоқ мемлекеттік реттеу, монополиялық билік, нарықтың географиялық ерекшеліктері сияқты субъективті факторларынан алшақтауға мүмкіндік берді. XIX – ғасырда гүлдену деңгейіне жеткен неоклассикалық мектеп өкілдері толық бәсекелестіктің баға жүйесіне ықпалын неғұрлым барынша дәл және толық зерттеді. А. Маршалл классиктердің негізгі ережелерін барынша толық дамытты, нарықтағы тепе-теңдікті толық бәсекелестіктің көмегімен автоматты түрде орнықтыру механизмін неғұрлым толық қамтып, негіздеп шықты. Атап айтсақ, нарықтағы ішінара және ұзақ мерзімді тұрақты тепе-теңдікті талдау теориясын жасады. Осы теорияның негізінде кейіннен бәсекелестіктің жаңа моделі – монополистік бәсеке теориясының негізі қаланды.

XIX – ғасырдың соңы, XX – ғасырдың басындағы экономика ғылымы бұрыннан қалыптасқан бәсекелестік пен оның экономикадағы маңызы туралы көзқарастарды өзгертті. Толық бәсекелестік моделі бәсекелестіктің жалғыз түрі – баға тұрғысынан бәсекелестік ерекшеліктеріне мән берді. Сондықтан, аталған модельдің баға жүйесіне негізделуі оның ең негізгі кемшілігі деп қарастырылды, ол бәсекелік қызметтің мәнін толық, жан-жақты және терең ашып көрсетуге мүмкіндік бермеді. Толық бәсекелестік моделі нақтылы бір мемлекет аясында өмір сүре алмайды. Себебі, мемлекет тарапынан экономиканың қандай да бір салалары реттеуді қажет етеді. Толық бәсекелестік моделін сынаушылар сол кездегі экономикаға тән монополиялық элементтерге сілтеме жасады, ал монополиялық қатынастар толық бәсекелестік концепциясында қарастырылмаған. Толық бәсекелестіктің экономикалық концепциясы сол кезде

байқалған экономикадағы бәсекелестіктің жаңа жағдайындағы терең үрдістерге жауап бере алмады.

Аталған концепция бәсекелік қызметтің динамикасын ескермеді, уақыт факторының маңыздылығын жоққа шығарды және бәсекелестердің белсенділігінің себептерін атүсті қарастырды.

Ресейлік ғалымдардың бәсекеге қабілеттілікке көзқарастары бойынша үш негізгі позиция қалыптасқан.

Біріншіден, бәсекеге қабілеттілік ең алдымен коммерциялық жетістіктерге негізделген. Мұндай көзқарастың негізгі өкілдеріне В.Д.Андрианов, А.Н.Романов, Ю.Ю.Корлюг, С.А.Красильников жатады. Атап айтсақ, В.Д.Андрианов «Бәсекеге қабілеттілік дегеніміз - тауардың немесе қызметтің сыртқы және ішкі нарықтардағы жемісті сатылуын қамтамасыз ететін тұтынушылық, сапалық және баға белгілері», - деп есептейді.

Екіншіден, бәсекеге қабілеттіліктің негізі – тауардың тұтыну құны деп есептеледі. Мысалы, А.А.Амбарцумов пен Ф.Ф.Стерлинов: «Тауардың бәсекеге қабілеттілігі - тұтынушылардың сол тауарды сатып алуға жұмсаған қаражаттары мен оларды пайдалану шығындарының осыған ұқсас тауарларға жұмсалған мөлшерімен салыстырғандағы тауардың тұтынушылық қасиеттерінің жиынтығы», - деген пікірде.

Үшіншіден, бәсекеге қабілеттілік - өнеркәсіп өнімінің сапа және баға параметрлерін біріктіріп қана қоймай, менеджменттің, қаржылық ағымдарды басқарудың, кәсіпорынның инвестициялық және инновациялық қызметіндегі құрамдас бөліктерін біріктіретін көпқырлы түсінік. Қазақстанның әлеуметтік-экономикалық дамуындағы бәсекелестік қатынастардың маңызы мен орнын зерттеуге бағытталған жекелеген еңбектер болғанымен, оларды жүйелі түрде, тереңдете зерттеуге әлі де жеткілікті дәрежеде мән берілмей отыр.

Мысалы, К.Е.Кубаев экономика мен жекелеген корпорациялардың бәсекеге қабілеттілігіне ықпал етуші басты фактор ретінде менеджмент сапасын атап көрсетеді.

Г.Н. Гамарник Қазақстанның қазіргі таңдағы экономикалық жүйесі келесі мақсаттарға бағытталуы тиіс деп есептейді: ұлттық экономиканың әлемдік жаһандану үрдістеріне бейімделуі, экономиканың бәсекеге қабілеттілігін жоғарылату, инфрақұрылымдық даму .

А.Ш.Накипов ел экономикасының бәсекеге қабілеттілігін жоғарылату көбінде экономиканың әртүрлі салаларын халықаралық стандарттарға дер кезінде көшіруге байланысты деп есептейді.

Қазақстанның әлемдік деңгейдегі экономикалық қауіпсіздігі мен бәсекеге қабілеттілігіне У.К. Шеденовтің еңбектерінде мән берілген.

Академик С.Сатыбалдин мемлекеттің әлеуметтік–экономикалық модернизациясының стратегиясы Жалпы ішкі өнімнің өсуіне ғана байланысты емес, ол негізгі экономикалық және әлеуметтік көрсеткіштердің, соның ішінде адам өмірінің ұзақтығы мен сапасы, жеке бастың және қоғамдық қауіпсіздіктің жағдайы, экологиялық жағдай, жұмыссыздықты азайту, білім алу мүмкіндігі және басқа көптеген факторлар ықпал етеді деп есептейді.

А.П.Абдразакова қазақстандық ғалымдардың бәсекеге қабілеттілікке «иерархиялық» көзқарасын қолдайды. Яғни, мемлекеттің бәсекеге қабілеттілігі экономика салаларының, салалардың бәсекеге қабілеттілігі жекелеген аймақтардың, аймақтардың бәсекеге қабілеттілігі сол аймақтарда орналасқан кәсіпорындардың, ал кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілігі олардың өндіретін өнімдерінің бәсекеге қабілеттілігіне тәуелді деп есептейді.

Ж.Ихданов өнімдердің бәсекеге қабілеттілігінің баға белгілеу процесіне тәуелділігін зерттеген.

Д.Айтжанова мен Ү. Дүйсен жалпы ұлттық экономиканың бәсекеге қабілеттілігін жоғарылату үшін мынандай бағыттарға сүйену қажет деп есептейді:

- Жалпы ішкі өнімнің құрылымын өзгерту;
- бірінші айтылғанды есепке ала отырып, ғылымға негізделген, жоғары технологиялық, бәсекеге қабілетті өнімдерді өндірудің өсімін қамтамасыз ету;
- жоғары түпкілікті құны бар тауарлар мен қызметтер өндірудің жеке салмағының өсуі.

Бақылау сұрақтары:

- 1.Классикалық мектеп өкілдерінің бәсеке қабілеттілік туралы түсінігі қандай?
- 2.Неоклассикалық мектеп өкілдерінің бәсеке қабілеттілік туралы ойлары қандай?
- 3.Ресей ғалымдарының бәсеке қабілеттілік анықтамалары қандай?
- 4.Қазақстандық ғалымдардың ғалымдарының бәсеке қабілеттілікке анықтамалары қандай?

Әдебиеттер: 1-4, 7, 8, 9, 10, 13-15, 16-19

Тақырып 3 Бәсеке қабілеттілікті бағалаудың әдістемелік негіздері

Дәріс мақсаты: Бәсеке қабілеттілікті бағалаудың әдістемелік негіздері жөнінде студенттердің ілімдік білімдерін қалыптастыру.

1. Кәсіпорынның бәсекелесу ортасының құрылымы
2. Бәсекелестердің нарықтағы үлестерін анықтау көрсеткіштері
- 3.Тауардың (қызметтің) бәсекеге қабілеттілігін сараптамалық бағалау
4. Бір параметрлі машиналар мен жабдықтардың бәсекеге қабілеттілігін бағалау әдістемесі
5. Салалардың бәсекеге қабілеттілігін бағалау әдістемелері
6. Мемлекеттердің бәсекеге қабілеттілігін бағалау әдістері

Тақырыптың қысқаша мазмұны:

Бәсекелесу ортасының жағдайын бағалау үшін келтірілген факторларды талдау қажет. Бәсекелестікті реттеу саласындағы мемлекеттің жүргізетін саясатын келесі бағыттар құрайды: монополияға қарсы саясат – нарықтағы қызмет атқарушы табиғи монополиялар мен мемлекеттік монополиялардың жұмысын қадағалау мен шектеуге қажетті әдістер мен құралдарды анықтайды; бәсекелестікті қолдауға бағытталған қаржы саясаты; кеден саясатын өзгерту, лицензиялау мен квота белгілеу негізінде өнімдердің экспорты мен импортын реттеу; өнімдер мен қызметтерді мемлекеттік стандарттау; патенттік – лицензиялық саясат; тұтынушыларды әлеуметтік қорғау. Нарықта жаңа бәсекелестердің пайда болуының нәтижесінде нарыққа қатысушылардың үлестері қайта бөлінеді және көп жағдайда олардың үлестері азаяды.

Бәсекелестік қарқынын анықтайтын тағы бір маңызды экономикалық фактор – нарықтың рентабельділігінің (тиімділігінің) коэффициенті. Ол кәсіпорынның белгілі бір нарықтағы тапқан жалпы пайдасының сомасын өткізілген өнім көлеміне бөлу арқылы анықталады. Тәжірибе жүзінде сұраныс мөлшері ұсыныс мөлшерінен артық болған кезде нарық неғұрлым рентабельді (тиімді) болатындығы анықталған. Мұндай жағдайда фирманың бәсекелестердің мүдделеріне нұқсан келтірместен, өзінің алдына қойған мақсаттарына жетуі жеңілдейді. Рентабельділік (тиімділік) коэффициенті барынша жоғары болған сайын бәсекелесу ортасының қысымы азаяды және бәсекелестік қарқыны төмендейді (және керісінше). Егер рентабельділік (тиімділік) коэффициенті 100 % (немесе 1-ден) жоғары болса, бәсекелестік қарқыны 0 – ге жақындайды, ал керісінше, бизнес пайдасыз, зиянды ұйымдастырылса немесе нәтиже бермесе 1- ге жақындайды. Өткен мерзімдерде (бұрынырақ) жүргізілген зерттеулер бәсекелесу ортасының технологиялық жаңалықтар, өнімді жетілдіру, нарықтың стратегиялық маңыздылығының өзгеруі сияқты басқа факторларының бәрі нарықтың үлестер динамикасында, нарықтың өсу қарқыны мен рентабельділігі(тиімділігі) сынды факторлардың құрамына кіретіндігін, олар арқылы көрінетіндігін көрсетті.

Тәжірибеде қолданылып жүрген объектілердің бәсекеге қабілеттілігін бағалаудың келесі негізгі әдістемелері белгілі:

- 1) Тауардың (қызметтің) бәсекеге қабілеттілігін сараптамалық бағалау.

Тауарлардың бәсекеге қабілеттілігін факторлардың салмақтылығын ескере отырып бағалау үшін кем дегенде, бес жоғары білікті мамандардан құралған сараптаушылар тобы құрылады. Бағалау баллдарының жүйесі анықталады (мысалы, тауардың сапасы, бағасы, сатудан кейінгі қызмет көрсету сапасы, тауарды пайдалану шығындары). Тауардың бәсекеге қабілеттілігі баллдар жүйесі бойынша сараптау тәсілімен келесі формуланың негізінде анықталады:

$$K_{Т.б.к} = \frac{\sum_{i=1}^n B_{ij}}{5} \alpha_j \quad (1)$$

Мұндағы $K_{Т.б.к}$ - тауардың бәсекеге қабілеттілігі (шамасы 2-ден 10-ға дейін өзгеруі мүмкін);

n - сарапшылар саны;

B_{ij} - тауардың бәсекеге қабілеттілігінің j -факторына i -сарапшының берген сараптау бағасы;

α_j - j -фактордың салмақтылығы (4-тен 1-ге дейін өзгеруі мүмкін);

5-фактордың ең жоғарғы бағасы.

2) Тауардың (қызметтің) бәсекеге қабілеттілігін көпбұрыш арқылы және сараптау әдісімен талдау әдістемесі.

Бұл әдістеме бойынша талдау жүргізудің тәртібі төмендегідей:

- тауардың бәсекеге қабілеттілігінің көрсеткіштер тізбегі анықталады;
- тауардың бәсекеге қабілеттілігінің көрсеткіштерінің нормативтік шамалары анықталады;

- тауардың бәсекеге қабілеттілігінің көрсеткіштерінің бәсекеге қабілеттілікке жетуді қамтамасыз етудегі маңыздылығы мен бағасын негізге ала отырып, салмақтылары анықталады;

- тауарлардың бәсекеге қабілеттілігінің көрсеткіштері туралы бастапқы ақпараттар жинақталады және өңделеді (бәсекелестер мен талданып отырған тауарлар туралы ақпарат);

- тауардың көпбұрышы салынады: сыртқы сызықтарында нормативтер, ішкі нүктелерде тауардың бәсекеге қабілеттілігі туралы көрсеткіштердің келтірілген шамалары көрсетіледі;

- тауардың бәсекеге қабілеттілігі сараптау әдісімен талданатын факторлардың салмақтылық коэффициенттерінің негізінде анықталады.

Тауардың бәсекеге қабілеттілігінің келтірілген шамасы келесі формуламен анықталады:

$$K_{\text{келтірілген}} = K_i \cdot \alpha_i \quad (2)$$

Мұндағы $K_{\text{келтірілген}}$ - тауардың бәсекеге қабілеттілігінің келтірілген шамасы;

K_i - тауардың бәсекеге қабілеттілігінің i -көрсеткішінің нормативті немесе нақты шамасы;

α_i - тауардың бәсекеге қабілеттілігінің i -көрсеткішінің салмақтылығы.

$$\sum \alpha_i = 1 \quad (3)$$

Тауарлардың әрбір тобының өзіне тән бәсекеге қабілеттілік көрсеткіштері болады: сапаның интегралдық көрсеткіші, тауар бағасы, тұтынушыларға қызмет көрсетудің интегралдық көрсеткіші, тауарды пайдалануға жұмсалатын шығындар, басқару

сапасының интегралдық көрсеткіші. Кәсіпорынның мүмкіндіктерін бағалау арқылы бәсекеге қабілеттілік көпбұрышын көрнекі түрде 4-суреттегідей тұрғызуға болады . 3) Бір параметрлі машиналар мен жабдықтардың бәсекеге қабілеттілігін бағалау әдістемесі.

Талданып отырған объектінің бәсекеге қабілеттілігін сан түрінде өлшеген дұрыс, сонда оның деңгейін басқаруға мүмкіндік туады. Талдап отырған объектінің бәсекеге қабілеттілігін өлшеу үшін сапалы ақпарат керек және ол келесі мәселелерді қамтуы тиіс:

- осы объектімен оған бәсекелес объектілердің қызмет етуінің нормативтік мерзіміндегі пайдалы эффектісі;

- объектілердің өмір сүру циклінде жұмсалатын жиынтық шығындары.

Экономикалық әдебиеттерде ұлттық экономиканың бәсекеге қабілеттілігін бағалаудың көптеген критерийлері кездеседі. Ресейлік ғалымдардың көзқарастары бойынша макродеңгейдегі бәсекеге қабілеттілікті еларалық салыстыру мен бағалаудың үш негізгі тәсілі қолданылады.

Бірінші тәсіл шығындар мен бағаларды салыстыруға негізделген.

Екінші тәсіл мемлекеттің сыртқы сауда нәтижелерінің және экспорты құрылымының мәліметтері мен отандық тауарлардың ішкі сауда айналымындағы үлесінің өзгеруі туралы мәліметтерге негізделген пайдаланылған бәсекелестік басымдықтарды талдау арқылы жүзеге асырылады.

Үшінші тәсіл мемлекеттерді бәсекеге қабілеттілік рейтингілері бойынша салыстыруға негізделген. Атап айтсақ, мұндай тәсілді өз зерттеулерінде Бүкіләлемдік экономикалық форум пайдаланады.

Бақылау сұрақтары:

1. Кәсіпорынның бәсекелесу ортасының құрылымы қандай?
2. Бәсекелестердің нарықтағы үлестерін анықтау көрсеткіштері қандай?
3. Тауардың (қызметтің) бәсекеге қабілеттілігін сараптамалық бағалау қалай жүргізіледі
4. Бір параметрлі машиналар мен жабдықтардың бәсекеге қабілеттілігін бағалау әдістемесі қандай?
5. Салалардың бәсекеге қабілеттілігін бағалау әдістемелері қандай?
6. Мемлекеттердің бәсекеге қабілеттілігін бағалау әдістері қандай?

Әдебиеттер: 1-4, 7, 8, 9, 10, 13-15, 16-19

Тақырып 4 Кәсіпорындар бәсекеге қабілеттілігінің мәні және факторлары

Дәріс мақсаты: Кәсіпорындар бәсекеге қабілеттілігінің мәні және факторлары жөнінде студенттердің ілімдік білімдерін қалыптастыру.

1. Кәсіпорын бәсекеге қабілеттілігінің мәні
2. Кәсіпорын бәсекеге қабілеттілігінің негізгі және дамыған факторлары
3. Кәсіпорын бәсекеге қабілеттілігінің жалпы және мамандандырылған факторлары
4. Кәсіпорын бәсекеге қабілеттілігінің табиғи және жасанды құрылған факторлары
5. Кәсіпорын бәсекеге қабілеттілігінің ішкі және сыртқы факторлары

Тақырыптың қысқаша мазмұны:

Кәсіпорынының бәсеке қабілеттілігі мынадай бірқатар факторларға байланысты:

- кәсіпорын өнімдерінің сыртқы және ішкі нарықта бәсекеге қабілеттілігі;
- өндірілетін өнімдердің түрлері;
- нарықтың сыйымдылығы (жыл сайынғы сату мөлшері);
- нарыққа кіру жеңілдігі;
- осы нарықта жұмыс істеп жатқан кәсіпорындардың бәсекелік ұстанымдары;
- саланың бәсекеге қабілеттілігі;
- аймақтың және елдің бәсекеге қабілеттілігі;
- кәсіпорынның қаржылық жағдайы;

- кәсіпорынның өзінің ғылыми-зерттеу және тәжірибе-конструкторлық әзірмелеріне арналған базаның дамуы және оларға жұмсалатын шығындар деңгейі;

- өткізу тараптарының болуы;

- техникалық қызмет көрсету жағдайы;

- өткізуді ынталандыру құралдары мен жарнаманың ықпалдылығы;

- негізгі сатып алушылардың төлем қабілеттілігі, ақпаратпен қамтамасыз етілуі;

- ресурстық, яғни дайын өнім бірлігіне жұмсалған ресурстар шығындары. Кәсіпорын бәсеке қабілеттілік өсімін қамтамасыз ету үшін ресурстық факторды бақылауға мүмкіншілігі бар. Яғни, өндіріс тиімділігін, капитал қайтымдылығын, еңбек өнімділігін арттыру өте маңызды. (қаржы, материал, еңбек)

- бағалық, яғни, дайын өнімдер мен пайдаланылатын барлық ресурстарға баға деңгейі мен динамикасы. Бұл фактор кәсіпорын тарапынан аз бақыланады, өйткені елдегі баға деңгейі мемлекеттің экономикалық саясатына байланысты болады;

- «орталар факторы» - бұл факторға елдегі экономикалық (салық саясаты, банктік жүйенің сенімділігі, инфляция деңгейі және т.б.) және саяси жағдайлар, нарықтық контрагенттерге мемлекеттің әсер ету дәрежесі кіреді. М.Портер бәсеке қабілеттілік факторларын өндіріс факторларымен тікелей байланыстыра қарастырады:

- адам ресурстары – (жұмыс күштерінің саны, біліктілігі және құны);

- физикалық ресурстар – кәсіпорын орналасқан елдің географиялық және климаттық жағдайлары;

- білім ресурстары – мемлекеттік салалық ҒЗИ, университеттер, жеке лобаториядағы нарықты зерттеулер туралы мәліметтер базасының, сондай-ақ, өнімдер мен қызметтердің бәсеке қабілеттілігіне әсер ететін ғылыми, техникалық және нарықтық ақпараттар жиынтығы;

- ақшалай ресурстар - өнеркәсіпті және жекелеген кәсіпорындарды қаржыландыруға пайдаланылатын капитал құны мен көлемі;

- инфрақұрылым – қалыптасқан инфрақұрылымның сапасы. Яғни, елдің көлік, байланыс жүйелері, пошталық қызметтер және т.б.

М.Портер кәсіпорынның бәсеке қабілеттілігінің барлық факторларын бірнеше типтерге бөлуді ұсынады.

Біріншіден, кәсіпорынның бәсеке қабілеттілік факторлары негізгі және дамыған болып бөлінеді. Негізгі факторлар – бұл табиғат ресурстары, елдің географиялық, климаттық жағдайы, біліксіз немесе жартылай білікті жұмыс күші. Дамыған факторлар – ақпарат алмасудың қазіргі заманғы инфрақұрылымы, жоғары білікті кадрлар, жоғары технологиялы өндірісті қолдану.

Екіншіден, мамандану дәрежесіне байланысты жалпы және мамандандырылған болып бөлінеді. Жалпы факторлаға инфрақұрылым, жоғары білімді персонал жатқызылса, мамандандырылған факторларға тар мамандандырылған персонал, айрықша инфрақұрылым жатады.

Үшіншіден, бәсеке қабілеттілік факторларын табиғи (табиғи ресурстар, географиялық жағдай) және жасанды құрылған (техника, технологиялық, экономикалық орта және т.б.) деп бөлуге болады.

Төртіншіден, ішкі және сыртқы факторлар болып бөлінеді.

Ішкі факторлар - өзінің бәсеке қабілеттілігін қамтамасыз ету бойынша кәсіпорын мүмкіндігін анықтайтын объективті критериілер. Оларға мыналарды жатқызуға болады:

- маркетингтік қызметтер әлеуеті (потенциалы);

- ғылыми-техникалық потенциал;

- өндірістік-технологиялық потенциал;

- қаржы-экономикалық потенциал;

- кадрлық потенциал (кадрлар құрылымы, кәсіби біліктілік құрамы);

- өткізуді ынталандыру құралы мен жарнаманың тиімділігі;

- материалдық-техникалық қамтамасыз ету деңгейі;

- өнімді сақтау, тасымалдау, қораптау жағдайы;
- сервистік және кепілдік қызмет көрстеу деңгейі және т.б.

Сыртқы факторлар – кәсіпорынға бағалық және бағадан тыс сипаттамалары бойынша айтарлықтай тартымды өнімдер өндіруге мүмкіндік беретін әлеуметтік-экономикалық және ұйымдастырушылық қатынастар. Оларға келесілер жатады:

- мемлекеттің экономикалық (амортизация, салық, қаржы-несие саясаты және т.с.с.) және әкімшілік (заңнамалық актілерді әзірлеу, жетілдіру және іске асыру, стандартау мен сертификаттаудың мемлекеттік жүйесі, тұтынушылар мүдделерін құқықтық қорғау) әсер етуі;

- кәсіпорын қызмет ететін нарықтың негізгі сипаттамалары (оның типі мен сыйымдылығы, бәсекелестердің болуы және мүмкіншіліктері).

- қоғамдық және үкіметтік емес ұйымдардың қызметі;

- саяси партиялар, қозғалыстар мен блоктардың іс-әрекеті мен ұстанымдары.

Жоғарыда айтқанымыздай, Гарвардтық бизнес мектебінің профессоры М. Портер компанияның нарықтағы жағдайы мен тиімді әрекет етуіне бес түрлі факторлар тобы неғұрлым көп әсер ететінін анықтаған

Осы факторлардың өзара әрекеті кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін жоғарлату үрдісін құрайды:

- бар бәсекелестермен күрес;
- жаңа бәсекелестер жағынан қауіп;
- жабдықтаушылармен сауда жүргізу мүмкіндігі;
- тұтынушылардың таңдау жасау мүмкіндігі;
- баламалы өнімдер жағынан қауіп.

Жоғарыда атап өткеніміздей, кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігі оның өндіретін өнімдерінің бәсекеге қабілеттілігіне тікелей байланысты. Осыған байланысты кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігіне әсер ететін факторларды қарастырғанда өнімнің бәсекеге қабілеттілігі және оның негізгі факторларын да қарастыру қажет. Өнімнің бәсекеге қабілеттілігі – өнімнің қарастырылып отырған кезеңдегі нарық талаптарына сәйкес болу қабілеті. Бәсекеге қабілеттілік өнімнің белгілі уақыт сәтінде салыстырмалы бағамен нақты нарықта өтуі үшін қажет және жеткілікті тұтынымдық қасиеттерінің жиынтығы арқылы анықталады. Тұтынымдық қасиеттер – тауардың тұтынушы талабын қанағаттандыруға бағытталған сипаттамалары. Өнімнің бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз етудің мақсаты оны нарықта тиімді өткізу арқылы жоғары деңгейде пайда алу болып табылады.

Қандай да бір өндірістің бәсекеге қабілеттілігін дамыту үшін саланың ерекшеліктерін, оған әсер ететін факторларды зерттеу керек. Бәсекеге қабілеттілік факторларын зерттеп, олардың сәтті әрекет ету жағдайларын анықтаған соң барып, кәсіпорын өзінің даму стратегиясын жасай алады. Күш-жігерін неғұрлым бәсекелік артықшылықтарды дамытуға, қайтарымы мол бағытқа жұмылдырады.

Фирманың нарықтағы бәсекелестік позициялары, сондай-ақ фирма ұлттық мемлекеттік органдар мен басқа да ұйымдар тарапынан экспорттық несиелер кепілдігін беру, оларды сақтандыру, салықтар мен алымдардан босату, экспорттық жәрдем қаражат беру, нарықтардағы конъюнктуралар туралы және басқа ақпараттармен қамтамасыз ету арқылы алатын қолдау мен жәрдемге байланысты болады.

Бақылау сұрақтары:

1. Кәсіпорын бәсекеге қабілеттілігінің мәні неде?
2. Кәсіпорын бәсекеге қабілеттілігінің негізгі және дамыған факторлары қандай?
3. Кәсіпорын бәсекеге қабілеттілігінің жалпы және мамандандырылған факторлары қандай?
4. Кәсіпорын бәсекеге қабілеттілігінің табиғи және жасанды құрылған факторлары қандай?

5. Кәсіпорын бәсекеге қабілеттілігінің ішкі және сыртқы факторлары қандай?
Әдебиеттер: 2, 5, 7, 8, 9, 10, 13-15

Тақырып 5 Құрылыс саласының бәсекеге қабілеттілігі ерекшеліктері

Дәріс мақсаты: Құрылыс саласының бәсекеге қабілеттілігі ерекшеліктері жөнінде студенттердің ілімдік білімдерін қалыптастыру.

1. Құрылыс және жобалау - конструкторлық қызметі (инжиниринг) қызмет көрсету саласының аса ірі бағыттары
2. Құрылыс қызметтері нарығының бәсекелестікке қатысты маңызды белгілері
3. Жобалау және құрылыс жүргізу саласындағы халықаралық бәсекелестіктің өсу қарқыны
4. Құрылыс ұйымдарының қызметіндегі бәсекеге қабілеттілікке байланысты ұйымдық және технологиялық аспектілері
5. Құрылыс қызметтері нарығында бәсекелік қатынастарды жүзеге асырудың негізгі механизмі мердігерлік тендерлер мен инвестициялық конкурстар

Тақырыптың қысқаша мазмұны:

Құрылыс және жобалау - конструкторлық қызметі (инжиниринг) қызмет көрсету саласының аса ірі бағыттарына жатады. Қызмет көрсету саласы экономиканың жылдам қарқынмен дамып келе жатқан, болашағы зор салаларының бірі. Алдыңғы қатарлы, дамыған мемлекеттердің тәжірибесіне көңіл аударсақ өндіріс күрделіленіп, нарық тауарлармен толыққан сайын қызметтерге деген сұраныс өсуде. Сондықтан, дүниежүзі бойынша орналастырылған тікелей шетел инвестицияларының 40%-дан астамы қызмет көрсету саласына жұмсалған. XX – ғасырдың соңына қарай барынша дамыған мемлекеттердің Жалпы ұлттық өнімдеріндегі қызмет көрсету саласының үлесі 70%-дан асып кеткен және қызмет көрсету саласындағы жұмыс істейтіндердің саны қарқынды өскен. Құрылыс қызметтері нарығында бәсекелік қатынастарды жүзеге асырудың негізгі механизмі мердігерлік тендерлер мен инвестициялық конкурстар болып табылады.

Тендер – аукционға ұқсас, белгілі бір тәртіппен өткізілетін құрылыс компанияларының арасынан құрылыс жұмыстарын жүргізушіні таңдап алу процесі.

Тендерлік комитет болашақтағы құрылыс жұмыстарын жүргізушіден тендерге қатысу туралы өтінішті қабылдағанға дейін құрылыс компаниясы өз өнімінің талапқа сай сапасының дәрежесін дәлелдеуі қажет (халықаралық дәрежеде мойындалған сертификаты болғаны дұрыс). Өкінішке орай, көптеген отандық құрылыс компанияларының жеткілікті бәсекелестік басымдықтары бола тұрып, өткізілген тендерлердің көпшілігінде шетелдік құрылыс компанияларына ұтылып қалады.

Тендерлік жарыс басталмай тұрып, құрылыс компаниясы өзінің ұсынатын қызметтері сапасының тендер талаптарына сай екендігін дәлелдеуге тырысуы қажет екенін жоғарыда айтып өттік. Осыдан кейін ғана экономикалық жарыс басталады, ал оған құрылыс компаниясы жан-жақты дайындықпен қатысады. Мұндай дайындық барысында тендерлік ұсыныс (оферта) дайындалады. Тендерлік ұсынысты, яғни офертаны дайындау аса күрделі және қымбатқа түсетін рәсім. Осы ұсыныстың негізінде тендерде жеңіске жеткен жағдайда, қол жеткізілген мәміленің болашақтағы табыстылығы мен тиімділігі құрылыс компаниясының бұрыннан жинақтаған тәжірибесі мен мамандарының біліктілігіне байланысты. Әділ өткізілетін тендерлерде жеңіске жетудің неғұрлым маңызды факторы - «ұсынылатын қызметтің құндылығы / бағасы» қатынасының неғұрлым оңтайлы құрылуы болып табылады. Басқа бәсекелестермен салыстырғандағы ең төменгі оферта (ұсыныс) бағасын ұсынған күннің өзінде, тендерде жеңіске жетуге толық кепілдік жоқ.

Үшінші әдіс нарықта тендерлер алғашқы рет ұйымдастырылған немесе құрылыс компаниясының бұрынғы өткен тендерлер туралы мәліметтер жинауға мүмкіндігі болмаған жағдайларда қолданылады. Бұл кезде жоғарыда көрсетілген кестеге ұқсас ықтималдықтар кестесі сараптаушылардың эвристикалық, субъективті

қорытындыларының негізінде толтырылады. Эвристикалық қорытындыларға бәсекелестікке түсуі мүмкін фирмалар туралы жалпы экономикалық талдау негіз болады. Әрине, мұндай әдіспен бағалаудың шындыққа жанасуы, дәлдігі төмен, сондықтан соңғы әдісті басқа мүмкіндіктер болмаған жағдайларда ғана қолданған дұрыс.

Жоғарыдағы қарастырылған мәселелерден қорытынды жасасақ, біздің ойымызша бәсекеге қабілеттілікті бағалау көрсеткіштерінің жүйесі келесі қағидалардың негізінде құрылуы тиіс:

1) Бағалау көрсеткіштерінің объективтілігі, олар тендерлердің қорытындылары бойынша алынған нақты статистикалық мәліметтердің негізінде қалыптасуы керек;

2) Бағалаудың сан тұрғысынан айқындылығы, оның экономикалық мәні құрылыс компаниясын басқару жүйесіндегі қолданылуға жеткіліктілігі және түсініктілігіне негізделген;

3) Бағалау тәртібінің бір-біріне қарама-қарсы болмауы, ол үшін құрылыс қызметтері нарығының ерекшеліктерін ескере отырып, жоғарғы технологиялық салаларда қызмет атқаратын кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілігін бағалаудың теориясы мен әдістемесін қолдану қажет;

4) Кез-келген құрылыс компанияларында қолдануға болатындай бағалау аппаратының әмбебап (жалпыға бірдей) болуы;

5) Көрсеткіштердің динамикалылығы, біртіндеп жинақталатын ақпараттардың негізінде оларды қайта қарау мүмкіндігін беруі;

6) Мәліметтерді жинақтаудың қарапайымдылығы, арнайы зерттеулерге жүгінбей, қолда бар ақпараттардың негізінде есептеудің қарапайым, оңай болуы.

Бәсекелестік теориясын дамытудағы басты проблема – құрылыс нарығындағы бәсекелестіктің шарттары мен формаларын объективті түрде анықтайтын бәсекеге қабілеттілікті бағалаушы көрсеткіштер жүйесін жасау. Өндірушілердің бәсекеге қабілеттілігін бағалауға керекті көрсеткіштердің көптеген түрлерін ұсынған ғылыми зерттеулер бар. Ол көрсеткіштердің арасында барынша кең тараған көрсеткішке кәсіпорынның заттай немесе құн түрінде өлшенетін нарықтық үлесінің көрсеткіші және оның өсу қарқыны жатады. Бірақ, бұл көрсеткіштер көбінде тауарлардың сатылған көлемі туралы ақпараттары жеткілікті тауар нарығында кеңінен қолдануға ғана жарайды.

Құрылыс қызметтері саласына келетін болсақ, құрылыс қызметтері мердігерлік тендерлер мен конкурстар арқылы сатылады. Сондықтан, мұндағы бәсекеге қабілеттілікті бағалау өткізілген тендерлер мен конкурстардың нәтижесінде анықталған сандық параметрлерге (көрсеткіштерге) негізделуі керек. Сонымен бірге, құрылыс өнімі ерекше тауар болып табылады. Тапсырыс берушінің талаптары объектіге (нысанға) байланысты өзгеріп отырады. Кейбір жағдайларда ол талапты атқарылатын жұмыстардың сапасына, мерзіміне күшейтсе, басқа бір кездерде бағасына көбірек мән беруі мүмкін. Сондықтан, мердігерлік ұйым нарықтың бір ғана жалғыз сегментінде жұмыс атқарған күннің өзінде, өзінің маркетингтік стратегиясын асқан икемділікпен құруы тиіс. Мұндай күрделі істі жүзеге асыру үшін кәсіпорын өзінің жекелеген сегменттегі, жекелеген уақыт мерзімінде нарықта атқарған қызметінің нәтижелеріне терең талдау жүргізуі қажет. Осыған сәйкес, бәсекеге қабілеттілікті бағалауға арналған көрсеткіштердің саны бәсекелестіктің маркетингтік стратегиясын қалыптастыруға қажетті және жеткілікті болуы шарт.

Бақылау сұрақтары:

1. Құрылыс және жобалау - конструкторлық қызметі (инжиниринг) қызмет көрсету саласының аса ірі бағыттары қандай?
2. Құрылыс қызметтері нарығының бәсекелестікке қатысты маңызды белгілері қандай?
3. Жобалау және құрылыс жүргізу саласындағы халықаралық бәсекелестіктің өсу қарқыны қандай?
4. Құрылыс ұйымдарының қызметіндегі бәсекеге қабілеттілікке байланысты ұйымдық және технологиялық аспектілері қандай?

5. Құрылыс қызметтері нарығында бәсекелік қатынастарды жүзеге асырудың негізгі механизмі мердігерлік тендерлер мен инвестициялық конкурстар мәні неде?

Әдебиеттер: 2, 5, 7, 8, 9, 10, 13-15

Тақырып 6 Банк жүйесінің бәсекеге қабілеттілігі

Дәріс мақсаты: Банк жүйесінің бәсекеге қабілеттілігі жөнінде студенттердің ілімдік білімдерін қалыптастыру.

1. Банктердің бәсекеге қабілеттілігін бағалау және жоғарылату негізгі формалары мен әдістері

2. Банк сферасындағы бәсекелік қатынастардың ұйымдастырудағы халықаралық тәжірибе және Базель келісімдерінің ролі

3. ҚР банктерінің бәсекеге қабілеттілігіне талдау

Тақырыптың қысқаша мазмұны:

Бәсекеге қабілеттілігі түсінігі әр түрлі көздерде әртүрлі түсіндіріледі және негізінен маркетинг және менеджмент ғылымдары шеңберінде зерттеледі, сонымен бірге өнімнің (қызметтің), кәсіпорынның, саланың, бүкіл экономиканың да бәсекеге қабілеттілігі бағаланады. Зерттеу аясы кеңірек болған сайын бәсекеге қабілеттілігін бағалау объектісі үлкенірек және оны жүзеге асыру күрделірек болады.

Әдебиеттерге талдау қазірге кезде қаржылық ұйымның (банктің) бәсекеге қабілеттілігін бағалаудың әмбебап әдістемесінің жоқ екені туралы қорытынды жасауға мүмкіндік береді. Әрбір жеке жағдайда бағалау әртүрлі параметрлерге байланысты әртүрлі жүргізіледі. Отандық әдебиеттерде бәсекеге қабілеттілікті бағалау және жоғарылату мәселелеріне өте аз назар аударылған, бұл мәселелер шетелдік басылымдарда кеңірек зерттелген.

Банктің бәсекеге қабілеттілігін анықтау мәселесін қозғағанда банк қызметінің бәсекеге қабілеттілігі ұғымын қарастырған дұрыс, өйткені бұл дамыған бәсекелі нарықта банктің коммерциялық табысының шешуші фактор болып табылады.

Банк қызметінің бәсекеге қабілеттілігі - банк қызметінің нарық жағдайына және клиенттің талаптарына сәйкестігін білдіретін көп қырлы ұғым. Басқаша айтсақ, бәсекеге қабілеттілік дегеніміз банк қызметінің нарықтағы табысын анықтайтын тұтынушылық және құндық сипаттамаларының кешені, яғни дәл осы банк қызметінің басқаларына ұқсас банк қызметтерінің бәсекелес ұсыныстары жағдайындағы артықшылығы.

Банк қызметтерінің бәсекеге қабілеттілігін анықтау әдістемелерінің ішінде ерекше назар аударылатыны Ресейлік ғалым И.Андреевтің әдістемесі есептеледі, онда біртекті банк қызметтерінің бәсекеге қабілеттілігін анықтаудың келесі тәсілі ұсынылады. Қызмет бәсекеге қабілеттілігін анықтау параметрлері ретінде келесі бастапқы жағдайлар қабылданады: банк қызметін таңдау банк имиджімен, тариф саясатымен және банк бөлімшелерінің территориялық қол жетімділігімен анықталады.

$$Pr = f (Im, Tr, D), \quad (1)$$

Мұндағы:

Pr – қызметтің тартымдылық шарасы;

Im - имидж шарасы;

Tr – қолайлы тарифтік саясат шарасы;

D – қол жетімділік шарасы.

Бәсекелік артықшылықтарды пайдалану және дамыту жолдары стратегиялық жоспарлау кезінде анықталады, ал тақикасы банктің бизнес жоспарымен белгіленеді. Қазіргі жағдайда бәсекеге қабілеттіліктің стратегиялық жоспарлау әдісін пайдалануда тек қана коммерциялық тиімділікке бағдар алмай, сонымен бірге әлеуметтік жағын да ескеру қажет.

Өндірістік – қаржылық, коммерциялық, инновациялық және әлеуметтік факторлардың жиынтығы синергиялық тиімділікке әкеледі, ол банк қызметінің тұрақтылығы мен дамуын қамтамасыз етеді. Трансформация үрдісінде банк құрылымдары қаржы қызметтерінің көптеген түрлерін көрсетеді. Бұл тұрақты әлеуметтік – экономикалық дамуға әсер етеді. Ал тұрақты даму жинақталымдарға икемделген орта класты қалыптастыруды қамтамасыз етеді. Осылайша, әлеуметтік – экономикалық деңгейді жоғарылатуға қатыса отыра, банк құрылымдары салымшылардың болашақ базасын кеңейтеді.

Тұрақты бәсекелік артықшылық әртүрлі әдістермен жүзеге асады:

білікті кадрларды пайдалану, банк өндірісінің ерекшеліктерін білу, жоғары банктік технологиялардың болуы және т.б.

Бар артықшылықтардың негізінде банк өзінің дамуының бәсекелік стратегиясын жасайды, оған маркетинг стратегиясы, тәуекелдерді басқару, персоналды басқару, жаңа өнімдерді жасау мен игеруді басқару, өндірістік – ұйымдастырушылық технологияларды басқару енеді. Осылайша инновациялық даму стратегиясының тұжырымдамасында банктің несиелік қаржылық саясаты анықталады.

Бақылау сұрақтары:

1. Банктердің бәсекеге қабілеттілігін бағалау және жоғарылату негізгі формалары мен әдістері қандай?
2. Банк сферасындағы бәсекелік қатынастардың ұйымдастырудағы халықаралық тәжірибе және Базель келісімдерінің ролі қандай?
3. ҚР банктерінің бәсекеге қабілеттілігіне талдау?

Әдебиеттер: 2, 5, 7, 8, 9, 10, 13-15

Тақырып 7 Сауда кәсіпорындарының бәсекеге қабілеттілігі және факторлары

Дәріс мақсаты: Сауда кәсіпорындарының бәсекеге қабілеттілігі және факторлары жөнінде студенттердің ілімдік білімдерін қалыптастыру.

1. Сауда ұйымдарының бәсекеге қабілеттілігінің қалыптасу ерекшеліктері
2. Бәсекеге қабілеттілік деңгейін бағалаудың әдістемелік сипаты
3. Сауда компанияларының бәсекеге қабілеттілігін жетілдірудің негізгі бағыттары
4. Саудалық кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін жоғарылату механизмі

Тақырыптың қысқаша мазмұны:

Сауда ұйымдарының бәсекеге қабілеттілігіне талдау жасауды жүйелеу бәсекеге қабілеттілік келесі анықтаушы белгілерге ие екенін пайымдауға негіз береді:

- 1) бәсекеге қабілеттілік ерекшеліктерінің бәсеке типіне тәуелділігі, бұл бәсекеге қабілеттілікке жағдайлық сипат береді;
- 2) сауда ұйымының қызметіндегі жүйекұрушы фактор болып табылады және оның нарықтық қатынастар жүйесіндегі өміршеңдік қабілетін анықтайды;
- 3) салыстырмалылық сипаты, өйткені оның қалыптасу және бейнелену негізі нарық субъектілері арасындағы бәсеке болып табылады;
- 4) сауда ұйымының сатып алушылардың қосымша экономикалық тиімділіктер алуға қажеттіліктерін қанағаттандыру қабілеті;
- 5) нарық агенттері экономикалық қатынастарының мәнін бейнелейді және олардың өзара қатынастарының сипаты мен формасына әсер етеді;
- 6) сауда ұйымының бәсекеге қабілеттілігінің көптеген сыртқы және ішкі факторлармен байланысы.

Осыған байланысты сауда ұйымының бәсекеге қабілеттілігі ретінде бәсекелес басқа сауда ұйымдарымен салыстырғанда тұтынушы нарығындағы тиімдірек жұмыс істеудің инновациялық, инвестициялық және ұйымдық тұрғыдағы мүмкіндігі түсінуге болады.

Сауда ұйымының бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ету дегеніміз ұйымның инновация-стратегиялық, қаржы-экономикалық, сауда-технологиялық, ресурс-еңбектік, ақпараттық-маркетингтік сияқты маңызды қызметтік аялардағы артықшылығының пайда болуына көмектесетін оның әлеуеттік мүмкіндіктерінің дамуына мақсатты реттеушілік әсер ету. Сауда ұйымының әлеуеттік мүмкіндіктері бәсекеге қабілеттілікті қамтамасыз етуге негіз болады. Сауда бизнесі тәжірибесінде бәсекеге қабілеттілік басты мақсат және шаруашылық қызмет нәтижесі болып табылады.

Бәсекеге қабілеттілік сауда ұйымының өмір сүру шарты ретінде әрбір нақты жағдайда бәсекелік ортаның көп факторларының әсерімен қалыптасады. Сыртқы экономикалық қызметті дамыту жағдайында экспорттық-импорттық операциялардың ролі арта түседі. Отандық және шетелдік кәсіпорындар нарығындағы арақтынасқа байланысты тұтынушы нарығының бәсекелік ортасы әртүрлі болады. Біздің ойымызша оның құрылымы келесідей болады:

- монополиялық шетелдік фирма (кейбір дәрі-дәрмектер нарығы);
- доминациялы шетелдік фирма (мотор майлары нарығы);
- шетелдік фирмалар олигополиясы (темекі бұйымдары нарығы);
- отандық өндірушілердің болуымен бірге шетелдік бәсекелесуші фирмалар (киім, аяқ киім және т.б. нарығы);
- отандық өндірушілердің болмауы және шетелдік бәсекелесуші фирмалар (бейне техника, компьютерлер нарығы және т.б.).

Тұтынушылық нарықтағы бәсекелік ортаның даму дәрежесі берілген нарықтағы тауар ұсынысы көрсеткіштері мен критерийлер жүйесі негізінде тауар топтары және нақты сатушылардың нарықтағы үлесіне байланысты бағаланады. Халық тұтыну тауарлары нарығындағы бәсекелік ортаны бағалау үшін келесі критерийлерді қолдануға болады деп ойлаймыз:

- сатушылар саны, масштаб мүмкіндік бергенге дейінгі үлкен болуы қажет;
- ресурстар икемділігіне және нарыққа жаңа фирмалардың енуіне жасанды кедергілер;
- сапасы бойынша ұсынылатын тауарлардың баға өзгерістеріне сезімтал дифференциациясы;
- нарықтағы субъектілердің әділетсіз немесе мәжбүрлі тактикасының болмауы;
- сатып алушыларға тауарлар қозғалысы туралы дұрыс ақпараттың болуы;
- тұрақты бағалық алалаушылықтың болмауы;
- тауарлардың соңғы тұтынушылар талаптарына сай болуы (әртүрлілік, пайдалану мерзімдері, қауіпсіздік, сенімділік);
- рационалды таңдауды ынталандыратын бағалар.

Сауда ұйымының бәсекеге қабілеттілігі деңгейін анықтаушы басқа да факторларға кәсіпорынның өз ресурстары, басқару, қызметтің барлық түрлерінің тәртіпке келтірілуі жатады.

Аталған аяның кәсіпорындарының факторларының барлығын негізгі орталық факторларға біріктіруге болады:

- бәсекелік орта факторы – сатып алушы (сұраныс);
- фирмаішілік ресурстар факторы - тауар (соған байланысты барлық элементтер және үрдістер: сатып алулар - тасымалдау - сақтау - баға - сапа);
- басқару факторы:

- 1) жұмыстардың жедел орындалуы тұрғысынан – саудалық қызмет ету сапасы;
- 2) ұзақмерзімді мақсаттар тұрғысынан – бәсекелік стратегиялар.

Бақылау сұрақтары

1. Сауда ұйымдарының бәсекеге қабілеттілігінің қалыптасу ерекшеліктері қандай?
2. Бәсекеге қабілеттілік деңгейін бағалаудың әдістемелік сипаты қандай?
3. Сауда компанияларының бәсекеге қабілеттілігін жетілдірудің негізгі бағыттары қандай?
4. Саудалық кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін жоғарылату механизмінің мәні неде

Әдебиеттер: 7, 8, 9, 10, 13.

Тақырып 8 Аймақтардың бәсекеге қабілеттілігін кешенді бағалау

Дәріс мақсаты: Аймақтардың бәсекеге қабілеттілігін кешенді бағалау жөнінде студенттердің ілімдік білімдерін қалыптастыру.

1. Аймақтардың бәсекеге қабілеттілігінің мәні
2. Аймақтардың бәсекеге қабілеттілігінің факторлары
3. Аймақтардың бәсекеге қабілеттілігінің негізгі көрсеткіштері
4. Аймақтардың бәсекеге қабілеттілігін кешенді бағалау мәселелері

Тақырыптың қысқаша мазмұны:

Аймақтық бәсекеге қабілеттілік - қоғамдық қызметтің барлық салалары бойынша бір елдердің екіншілерінен артықшылықта болуына мүмкіндік беретін факторлардың жиынтығы; мемлекеттің сыртқы күйзелістерге бой бермей, тұрақты қалыпта қалу қабілеттілігі.

XX ғасырда аймақтық бәсекеге қабілеттілікті арттыру көптеген елдердің сыртқы экономикалық саясатында негізгі басымдықтарға, мемлекеттік реттеудегі сыртқы бағдарға айналды. Халықаралық бәсекелестік мәні бойынша әлемдік шаруашылық қатынастар жүйесінде өз орнын алу құралы болып табылады, оған тек аймақтық экономиканың тиімділігін арттыру арқылы қол жеткізуге болады. Экономикалық жаһандандудың басталуымен бәсекелік қатынастар шын мәнінде ғаламдық сипат алды. Әлемдік шаруашылық жүйе олардың әлемдік нарығын құратын аймақтық экономикалардың жиынтығы ретінде түсініледі. Сонымен қатар трансаймақтық корпорациялар (ТНК) қатарымен бірнеше экономикаларға қатысады. Жекелеген аймақтық экономикалар өзара бәсекелесіп, бұл бәсекелестікке оны қашан да жаншуға тырысатын ТҰК еліктіретін қайшылықты жағдай туындайды.

Елдер арасындағы бәсекелестіктің ғаламдық процестеріне негізделген жағымсыз үрдістерді азайту үшін аймақтық экономикалар арасында валюталық, несиелік, салықтық қатынастарды реттеу мақсатында көптеген ұйымдар, комиссиялар, конвенциялар, тағы басқа институттар құрылған. 20 жылдан астам уақыт Бүкіләлемдік экономикалық форум қамқорлығымен бәсекеге қабілеттілік мәселелері бойынша ғылымизергтеу жобасы жұмыс істейді. Осы жобаның шеңберінде аймақтық бәсекеге қабілеттілік ретінде "жалпы халықтың жан басына шаққандағы жалпы ішкі өнімнің өсу қарқынымен есептелетін шынайы жан табысының өсу қарқынын тұрақты жоғары деңгейде ұстап отыру қабілеттілігі" түсініледі. Бүкіләлемдік экономикалық форум жобасында еларалық салыстырмалы талдау жасалады, сондай-ақ статистикалық өңдеудің көмегімен жинақ индексі шығарылады. Осы индекстер жиынтығы қарастырылып отырған елдердің бәсекеге қабілеттілігі деңгейін анықтап, сәйкесінше, олардың бәсекеге қабілеттілігін арттыру бағдарламалары жасалып, қабылданады.

Бақылау сұрақтары:

1. Аймақтардың бәсекеге қабілеттілігінің мәні неде?
2. Аймақтардың бәсекеге қабілеттілігінің факторлары қандай?
3. Аймақтардың бәсекеге қабілеттілігінің негізгі көрсеткіштері қандай?
4. Аймақтардың бәсекеге қабілеттілігін кешенді бағалау мәселелері қандай?

Әдебиеттер: 1-4, 7, 8, 9, 10, 13-15, 16-19

Тақырып 10 Ұлттық экономиканың бәсекеге қабілеттілігі

Дәріс мақсаты: Ұлттық экономиканың бәсекеге қабілеттілігі жөнінде студенттердің ілімдік білімдерін қалыптастыру.

1. Ұлттық экономиканың бәсекеге қабілеттілігінің мәні
2. Бәсеке қабілеттілік өсуінің индексі (GCI)

3. М.Портер әдістемесі бойынша микроэкономикалық бәсеке қабілеттілік индексі (МСІ)
4. Бәсеке қабілеттіліктің әлемдік рейтингтері (IMD)
- 5 Елдердің бәсекеге қабілеттілігін бағалау әдістемесі (WEF)

Тақырыптың қысқаша мазмұны:

Халықаралық менеджментті дамыту институтының (IMD, Швейцария, Лозанна) Әлемдік бәсекеге қабілеттілікті зерттеу орталығы әлемнің ең бәсекеге қабілетті 58 елі салыстырылған «Әлемдік бәсекеге қабілеттілік – 2010» жылдық жинағының нәтижелерін жария етті, деп хабарлайды Экономикалық даму және сауда министрлігінің баспасөз қызметі.

2010 жылғы зерттеу нәтижелері бойынша Қазақстан Республикасы өзінің позицияларын өткен жылғы рейтинг нәтижелерімен салыстырғанда 3 көрсеткішке жақсартып, 33-орынға ие болды. 2009 жылдың рейтингінде ел 36-орынға, ал 2008 жылы – 39-орынға ие болған. Ағымдағы жылдың рейтингінде Қазақстан Испания (36-орын), Португалия (37-орын) және Түркия (48-орын) және басқа да елдерден озып кетті. ТМД елдерінің арасында Қазақстанмен бірге Ресей мен Украина да қатысқан, бұл ретте Қазақстан Ресейді 18 көрсеткішке (51-орын), ал Украинаны 24 көрсеткішке (57-орын) басып озды.

IMD рейтингісі елдердің жаһандық бәсекеге қабілеттілігін салыстыру саласында ең беделді және танымал болып табылады. Әлемдік бәсекеге қабілеттіліктің жылдық жинағы кешенді зерттеу нәтижесі болып табылады, онда 4 фактор бағаланады: 1 – экономикалық әрекет (экономикалық өсу, халықаралық сауда, сыртқы инвестициялар, жұмыспен қамтылу және бағалар), 2 – үкіметтің тиімділігі (мемлекеттік қаржы, фискалды саясат, институционалды орта, бизнес туралы заңнама, қоғамдық құрылыс), 3 – бизнестің тиімділігі (өнімділік пен тиімділік, еңбек нарығы, қаржы, менеджмент тәжірибесі, қатынастар мен құндылықтар), 4 – инфрақұрылым (базалық инфрақұрылым, технологиялық инфрақұрылым, ғылыми инфрақұрылым, денсаулық сақтау және қоршаған орта, білім беру). Жылдық жинақта 327 көрсеткіш жинақталған, оның 2/3 статистикалық мәліметтерге, ал 1/3 сауалнама мәліметтеріне негізделген.

«Экономикалық әрекет» факторы бойынша Қазақстан позицияларын бір көрсеткішке жақсартып, 44-орыннан 43-орынға жоғарылады. Осы фактордың өсуі «Шетелде тікелей инвестициялардың жиналуы» (2,16-дан 5,84 млрд. АҚШ долларына дейін), «Тұтыну бағаларының индексі» (17,0-ден 7,3%-ға дейін), «Тікелей сыртқы инвестицияларды жинау» (44,6-дан 58,28 млрд. АҚШ долларына дейін) және басқа да көрсеткіштердің жақсаруымен байланысты.

«Үкіметтің тиімділігі» факторы бойынша ел 1 позицияға 21-орыннан 20-орынға жоғарылады. Ол еңбек нарығының әлдеқайда икемді болуымен байланысты, жұмыспен қамтамасыз етушілердің әлеуметтік салымдар ставкасы 10,86-дан 5,90%-ға дейін төмендеді. Сауалнама мәліметтері бойынша өткен жылға қатысты бюрократия іскери белсенділікке қатты кедергі келтірмейді (40-орыннан 26-орынға төмендеді), паракорлық пен жемқорлық азайды (38-орыннан 33-орынға дейін).

«Бизнестің тиімділігі» факторы бойынша Қазақстан позицияларының едәуір жақсаруы байқалады. Егер өткен жылдың рейтингінде ел позицияларының 3 көрсеткішке төмендеуі байқалса (31-орыннан 34-орынға дейін), 2010 жылы Қазақстан рейтингте 5 көрсеткішке көтеріліп, 29-орынға ие болды. Фактордың оң өзгерісіне «Өндірістік сектордағы еңбек бірлігінің құны, % өзгеруі» (15-орыннан 3-орынға), «Банк секторының активтері» (ЖІӨ-нен 58,92-ден 75,60%-ға дейін), «Қор нарығының индексі, % ұлттық валютада өзгеруі» (45-орыннан 4-орынға дейін) және басқа да көрсеткіштердің жақсаруы әсер етті.

«Инфрақұрылым» факторы бойынша Қазақстан өткен жылғы 44-орынға қарсы 39-орынға ие болды. Елде Интернетті пайдаланушылар санының өсуі (1000 тұрғынға 127-ден 153 адамға дейін), қолданыстағы патенттер санының артуы (100 мың тұрғынға 33,2-ден

43,7-ге дейін) байқалады. Сондай-ақ, «Денсаулық сақтау мен қоршаған орта» және «Білім беру» қосымша факторларының бір қатар көрсеткіштері бойынша жақсару байқалады.

2030 жылға дейінгі дамудың қабылданған бас бағытының шеңберінде елдің ұзақмерзімді стратегиялық жоспарлауын жалғастыру мақсатында Қазақстан Республикасының 2020 жылға дейінгі дамуының стратегиялық жоспары қабылданды. Қазақстан Республикасының 2010 жылы елдің бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ету бойынша мемлекеттік саясатының негізгі бағыттарына келесілер жатады:

1. Бизнес-ортаны жақсарту, қаржы секторын нығайту, сенімді құқықтық ортаны қалыптастыру арқылы дағдарыстан кейінгі дамуға дайындалу.

2. Отын-энергетикалық кешенді, металлургия, химия және құрылыс өнеркәсібін, ауылшаруашылығы өнімін қайта өңдеу, көлік пен телекоммуникацияны дамыту арқылы экономиканы жедел әртараптандыру.

3. Білім беру және денсаулық сақтау жүйелерін жетілдіруге инвестициялар жасау, еңбек ресурстарын тиімді басқару.

4. Әлеуметтік қорғаудың жетілдірілген жүйесін құру және елдің тұрғын үй-коммуналдық кешенін жеделдетілген жетілдіру.

5. Ұлтаралық келісімді, қауіпсіздікті, халықаралық қатынастардың тұрақтылығын қамтамасыз ету.

Бақылау сұрақтары:

- 1 Ұлттық экономиканың бәсекеге қабілеттілігінің мәні неде?
- 2 Бәсеке қабілеттілік өсуінің индексі (GCI) деген не?
- 3 М.Портер әдістемесі бойынша микроэкономикалық бәсеке қабілеттілік индексі (MICI) мәні қандай?
- 4 Бәсеке қабілеттіліктің әлемдік рейтингтері (IMD) қалай есептеледі?
- 5 Елдердің бәсекеге қабілеттілігін бағалау әдістемесі (WEF) қандай?

Әдебиеттер: 2, 5, 7, 8, 9, 10

