



РУХАНИ
ЖАҒЫРУ



Студенттер мен жас ғалымдардың
«ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ БІЛІМ - 2018»
XIII Халықаралық ғылыми конференциясы

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ

XIII Международная научная конференция
студентов и молодых ученых
«НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ - 2018»

The XIII International Scientific Conference
for Students and Young Scientists
«SCIENCE AND EDUCATION - 2018»



12th April 2018, Astana

**ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ**

**Студенттер мен жас ғалымдардың
«Ғылым және білім - 2018»
атты XIII Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
XIII Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«Наука и образование - 2018»**

**PROCEEDINGS
of the XIII International Scientific Conference
for students and young scholars
«Science and education - 2018»**

2018 жыл 12 сәуір

Астана

УДК 378

ББК 74.58

Ғ 96

Ғ 96

«Ғылым және білім – 2018» атты студенттер мен жас ғалымдардың XIII Халықаралық ғылыми конференциясы = XIII Международная научная конференция студентов и молодых ученых «Наука и образование - 2018» = The XIII International Scientific Conference for students and young scholars «Science and education - 2018». – Астана: <http://www.enu.kz/ru/nauka/nauka-i-obrazovanie/>, 2018. – 7513 стр. (қазақша, орысша, ағылшынша).

ISBN 978-9965-31-997-6

Жинаққа студенттердің, магистранттардың, докторанттардың және жас ғалымдардың жаратылыстану-техникалық және гуманитарлық ғылымдардың өзекті мәселелері бойынша баяндамалары енгізілген.

The proceedings are the papers of students, undergraduates, doctoral students and young researchers on topical issues of natural and technical sciences and humanities.

В сборник вошли доклады студентов, магистрантов, докторантов и молодых ученых по актуальным вопросам естественно-технических и гуманитарных наук.

УДК 378

ББК 74.58

ISBN 978-9965-31-997-6

©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2018

КӘСІПОРЫНДАРДЫҢ БӘСЕКЕҚАБІЛЕТТІЛІГІН АРТТЫРУҒА ӘСЕР ЕТЕТІН ФАКТОРЛАР

Сабыров Бағдат Қайратұлы

sabyrov_bagdat@mail.ru

Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия Ұлттық Университеті
Экономика факультеті, менеджмент кафедрасы, 2 курс, Астана, Қазақстан
Ғылыми жетекші –Амренова Ғ.Қ.

Қазақстан 2050 жылға қарай әлемдегі ең алдыңғы қатарлы 30 мемлекеттің қатарына қосылуға тиіс. Біз осы мақсатқа қарай табандылықпен ілгерілей береміз.

Жаһандық бәсекелестіктің өсуі және әлемдегі тұрақсыздық жағдайында, 2012 жылы халқыма ұсынған «Қазақстан – 2050» Стратегиясының өзектілігі арта түседі. Біз қиындықтарды уақтылы болжай алдық.

«Нұрлы жол» экономикалық саясатының және «100 нақты қадам» Ұлт жоспарының нәтижесінде осынау қиын, жаһандық трансформацияның алғашқы кезеңінен лайықты өтіп келеміз. Тек 2014-2016 жылдар аралығында біз экономиканы қолдауға қосымша 1,7 триллион теңге жұмсадық. Мұның барлығы экономикалық өсімді және бизнесті қолдауға, 200 мыңнан астам жаңа жұмыс орындарын ашуға мүмкіндік берді.

Нәтижесінде, 2016 жылы біз ішкі жалпы өнімнің 1% өсімін қамтамасыз еттік. Бұл қазіргі күрделі жағдайда айтарлықтай маңызды.

Әлем қарқынды түрде өзгеріп келеді.[1].

Қазақстанның бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін ең бастысы отандық және шетелдік нарықта қазақстандық өнім өндірушілердің позициясын күшейту проблемасын шешу қажет. Осы мәселені шешуде мемлекеттік қолдаумен қоса отандық кәсіпорындарды басқарудың тиімділігін арттырудың маңызы зор.

Елдің бәсекеге қабілеттілігі көптеген көрсеткіштер арқылы өлшенетін болса, олардың негізгі үлесін экономикалық көрсеткіштер алады. Бұл –көптеген әлеуметтік бағдарламалардың тиімділігі мемлекеттің экономикалық мүмкіндіктерімен бағаланатын ескерсек түсінікті мәселе. Мысалы, Еуропада кең таралған әлеуметтік бағдарламалар ЕО-ның экономикалық күштілігінің арқасында жасалады. Кейбір африкалық мемлекеттердің артта қалуы да экономиканың дамымағандығымен түсіндіріледі.

Мемлекеттің экономикалық мүмкіндіктері оның қазынасына келіп түсетін салықтарға байланысты, ал салықтардың көп болуы ондағы кәсіпорындардың табысына, нақтырақ айтсақ, бәсекеге қабілеттілігіне байланысты. Сондықтан да мемлекеттің алдына қойылған елу елдің қатарына кіру атты маңызды міндетін шешу үшін ондағы жеке кәсіпорындардың бәсекеқабілеттілігін қамтамасыз ету арқылы шешу керек.

Белгілі халықаралық эксперттер кәсіпорынның бәсекеқабілеттілігі оның шығындары мен әртараптануына негізделген деген пікірді айтады. Ал соңғы кезде бәсекеқабілеттіліктің үшінші құраушысы – персонал туралы да айта бастады. Бәсекеқабілеттіліктің бұл барлық көрсеткіштері басқару жүйесінің даму деңгейіне тәуелді болып келеді. «Жүйелілік – жаңа заманда біздің жылдам жасайтын қадамымыздың басты формуласы» деп елбасымыздың өзі айтқан болатын .

Өкінішке орай, біздің басшыларымыздың көп бөлігі өз мүмкіндіктеріне емес Қазақстанның табиғи ресурстарына үміт артады. Олар өздерін ішкі және сыртқы бәсекелестерден қорғайтын мемлекеттің күшіне сенеді. Мұндай позиция ел стратегиясына кесірін тигізеді. Елбасымыз «оң дамушы, гүлденген қоғамның негізі болып ашық, заманауи, бәсекеге қабілетті, шикізаттық сектормен шектелмеген нарықтық экономика ғана бола алады» деп өз жолдауында бірнеше жыл қатарынан айтып келеді. Шынымен де, неліктен мемлекет әлеуметтік бағдарламаларға кесірін тигізіп, кәсіпорындарға көмектесуі керек?

Қайта мемлекет экономикасының гүлденуіне сол кәсіпорындардың қосқан үлесі көп болуы керек.

Ал ішкі және сыртқы бәсекелестердің болмауы бұл кәсіпорындар мен ондағы адами ресурстардың дамуына мүмкіндік бермейді. Керісінше қатаң бәсекелестіктің арқасында жапондық фирмалар халықаралық нарық көшбасшылары атанды. Ал ТМД-ның жекелеген мемлекеттері табиғи байлығына қарамастан кедейлік пен экономикалық артта қалушылықтан әлі де болса құтыла алмай келеді. Кеден және заңнамалық кедергілер қойылатын мемлекет экономикасы оң әсерге емес, кері әсерге дамиды.

Осылайша, елу елдің қатарына кіру стратегиясын табысты жүзеге асыру үшін қазақстандық кәсіпорындарға өздерінің бәсекеқабілеттілігін қамтамасыз ететін жеке стратегияларын жасақтап, халықаралық стандарттар негізіндегі менеджмент жүйесін енгізулері тиіс. Қатаң бәсекелестік пен үнемі даму отандық кәсіпорындардың «мұнай қарғысынан» құтылып, мақтанышқа ие болатындай жаңа деңгейге көтерілуіне себепші болады.

Бәсекеқабілеттілікке қол жеткізу қажеттілігіне ешкім талас тудырмаса да, жүйелі жұмыс жасап жатырған кәсіпорындар өте аз. Кездейсоқ жасалған іс-әрекеттер кәсіпорынды тиімділік пен бәсекеқабілеттіліктің қажетті деңгейімен қамтамасыз ете алмайды. Қытай халқы айтқандай, «тіке жолмен жүрген тасбақа бір жақтан екінші жаққа ретсіз секірген қояннан жылдамырақ» болады.

Жүйелі әдіс дегеніміз кәсіпорынның қайда баратынын нақты анықтайды. Мұндай көрініс артынан мақсаттар мен міндеттерге айналып, соңынан жоспарға ұласады. Жоспарды мүлтіксіз орындау нақты процедуралар арқылы жүзеге асады да, керек жерінде өңдеулер мен түзету жұмыстары жүргізіліп отырылады. Қол жеткізген мақсаттар орнына басқа мақсаттар қойылып, кәсіпорын оған қайта ұмытылады.

Ұйымдастырушылық тұрғыдан қарастырғанда, жүйелік әдіс жаңа бәсекелік басымдылықтардың қалыптасуын қамтамасыз етіп, заманауи талаптарға сай келетін менеджмент жүйесіне негізделген болуы керек. Басшылық ретінде отандық кәсіпорындарға менеджменттің халықаралық тәжірибесін, мысалы, ИСО 9001, ИСО 14001 сияқты халықаралық стандарттарын алып оқу керек. Бұл менеджменттің жүйелік тәсілін енгізіп қана қоймай, сапа менеджментін де жүйелендіріп, тұтынушылар мен қызығушылық танытушы жақтарға кәсіпорын қызметінің ең жоғарғы халықаралық стандарттарға сай келетінін көрсетуге мүмкіндік береді.

Кез келген халықаралық стандарт кәсіпорын үшін ауруды жазатын дәрі емес, алайда ол менеджмент саласына ең жақсы халықаралық тәжірибені енгізуде басшылық ете алады. Сондықтан да кәсіпорындарға іс жүргізуде түбегейлі өзгеріс жасау керек.

Біріншіден, бәсекеқабілеттіліктің басты элементтерінің анализін жасау керек. Олар заманауи менеджмент теориясы мен тәжірибесіне сәйкес 6 элементтен тұрады:

1. бизнес-процесстер;
2. сапа менеджменті жүйесі;
3. персонал;
4. инновациялар;
5. тұтынушылар;
6. қаржы.

«Қазақстан Республикасының Президенті Н.Ә.Назарбаевтың өзі отандық ғылымның әлеуетін өсіруге айрықша мән беріп келеді. «Қазақстан-2050» Стратегиясында белгіленген міндеттер экономиканың ғылымды қажет ететін салаларын құрумен байланысты. Жаңа технологиялық деңгейге шығу үшін экономиканың әрбір саласы инновациялық қадамдарды қажет етеді»-дей келе, 2010 жылдан бастап Қазақстанның Жаһандық бәсекеге қабілеттілік индексі бойынша өз позициясын жақсартқанын тілге тиек етті. Мәселен, еліміз 2015 жылы «Инновациялық әлеует» көрсеткіші бойынша 31 позицияға (140 елдің ішінде 112 орыннан 81 орынға), ғылыми-зерттеу ұйымдарының сапасы бойынша инновация бойынша 29 позицияға

(140 елдің ішінде 101 орыннан 72 орынға), ғалымдар мен инженерлерге қолжетімділік көрсеткіші бойынша 21 позицияға (140 елдің ішінде 91 орыннан 70 орынға) көтерілген. [2].

Бәсекеқабілеттілікті құраушы бұл алты элемент кәсіпорынның еңбек өнімділігін де арттырушылар болып табылады. Еңбек өнімділігінің артуы технологиялар мен техниканың дамуына ғана байланысты деген пайымдама мүлдем дұрыс емес. Еңбек өнімділігіне бизнес-процесстердің тиімділігі, персонал біліктілігі, менеджмент деңгейі және компания бренді де айтарлықтай әсер етеді. Сондықтан да қазақстандық кәсіпорындар еңбек өнімділігін арттыруға арналған шаралар өткізу арқылы ғана өздерінің бәсекеқабілеттілікпен байланысты мәселелерін шеше алады [3].

Қазақстан Үкіметінің үдемелі индустриалды-инновациялық бағдарламысында 7 негізгі саланың дамуын қарастырған: металлургия және металл өнімдерін шығару; мұнай өңдеу және мұнай саласы инфрақұрылымын жақсарту; химиялық және фармацевтикалық өнеркәсіп; АӨК; қорғаныс өнеркәсібі; құрылыс салысы мен құрылыс өнімдерін шығару; транспорт пен инфокоммуникация.

Жоғарыда айтылған жобалар аясында жалпы саны 6,5 триллион теңге көлеміндегі инвестиция салынатын 162 жоба жоспарланып отыр, бұл дегеніміз – мемлекеттің ЖҰӨ-нің 40%-ы. Жобалар 200 мыңнан астам жұмыс орындарын ашуға мүмкіндік береді. Сонымен қатар бұл бағдарламаның басты мақсаттарының бірі еңбек өнімділігін 50%-ға дейін арттыру болып табылады [4].

Айта кететін жайт, кез келген бәсекелік басымдылық бәсекелестердің әрекеттері, барлық жақсыны көшіру, әсерінен белгілі бір уақытқа дейін ғана қызмет етеді. Өнім, технология, өндіріс құрылғылары және кәсіпорынның ерекше орны сияқтылар тек қаржыны қажет етіп, жұмыс әдісін қайта қарастыруды керек етпейтіндіктен оңай көшірілетіндер қатарына жатады. Құрылғыны лизингке алып, технологияларды үйреніп, ал өнімге деген лицензияны алуға болады. Материалды емес қасиеттерге ие нәрселерді көшіру бәсекелестер үшін қиынырақ болады, мысалы, бизнес-процесстер, менеджмент жүйесі, корпоративтік мәдениет, т.б. Бұлардың барлығын сатып алу мүмкін емес, ол үшін қалыптасқан әдістер мен стереотиптерді жойып, қайта орнату керек болады.

Мысалы, әуекомпаниясы үшін заманауи ұшақ сатып алу – іс жартысы емес, оның оннан бірі ғана. Оған қарағанда ұшу қауіпсіздігін қамтамасыз ету, персоналды әдептілікке үйрету қиындау болады. Алдыңғы қатарлы әуекомпанияларының артықшылығы да осында.

Жаңа өнім шығару бәсекелік басымдылыққа ие болудың бірден бір жолы болып табылады. Қанағаттандырылмаған сұраныс үшін жаңа өнімді шығару - шығарушы-кәсіпорын үшін жаңа нарық қалыптастырып, оны сол нарықта көшбасшыға айналдырады. Intel, Sony, 3M, Ford, Toyota және басқа компаниялар инновациялық өнім шығару арқылы көшбасшылыққа ие болды. Алайда соңғы кезде инновацияның да кері әсерлері пайда бола бастады. Мысалы Microsoft компаниясы «Windows Vista» операциялық жүйесін жаңадан шығара отырып, оны өздерінің бәсекелік басымдылығы бар өнімі «Windows»-пен сәйкестендірмеді. Тұтынушылардың қарсылығын жеңу үшін компания ескі өнімді сату және оны қолдау сияқты іс-әрекеттерін де тоқтатып, «айдаһар шараларын» қолданды. Сонда тұтынушы жаңа ноутбук сатып ала отырып, өзіне керек емес операциялық жүйе «Windows Vista» үшін ақша төледі. Бұл жағдайды Microsoft компаниясының монополист екендігімен түсіндіруге болады.

Соңғы кезде тұтынушылар үшін жаңа бәсекелік басымдылық – қызмет көрсету мен сервис маңызды болып отыр. Тұтынушылар қосымша қызмет көрсетілетін өнімді алады. Кері жағдайда тұтынушыны ұстап қалу мүмкін емес. Мысалы, қымбат құрылғы сатып алған кәсіпорын оны жөндеу және оның құраушылары бойынша мәселе туындамайтынына сенімді болады. Алайда көптеген өндірушілер, әсіресе, тұрмыс электроникасын өндірушілер мұндай жағдайларға көз жұма қарайды. Мысалы Dell компаниясы ноутбуктарының зарядтағышы стандартты емес, оның үстіне ол істен тез шығады. Ал оны жаңадан сатып алу немесе оңдату мүмкін емес. Мұндай жеткізушілерде соңында қаржы мәселелері туындайды.

Өнім сапасы ең күшті бәсекелік басымдылық болып табылады. Төмен баға не өнімнің басқа да қасиеттері оның сапасының орнын баса алмайды. Оның үстіне жөндеу жұмыстары бағасының артуы жағдайында бұл өте өзекті боп келеді. Сондықтан да тұтынушылар дамыған елде өндірілген атаулы өнімдерді алуға ұмтылады. Сенімсіз жеткізушілердің құрбаны болмас үшін тұтынушылар пікірін интернеттен де оқуға болады. Жеткізушілерді бағалау ИСО 9001 халықаралық стандартының міндеті талабы болып табылады [3].

Өкінішке орай, көптеген отандық кәсіпорындар үшін жылдамдық пен өзгерімпаздық тән емес. «Күте тұрыңыз», «Бүгін боламыз», «Шебер демалыста» «Күте тұрыңыз, бізде техникалық үзіліс» - мұның барлығы тұтынушы уақытына қарамайтын жеткізушілердің сөздері. Олардың үрдістері дұрыс дамымаған, ал өздері әдептілікке үйренбеген. Тұтынушының сұранысы олар үшін бұйрық емес, өнім өндіруге кеткен уақытты азайту – міндет емес. Егер кімде кім өз тұтынушысына тезірек қызмет жасаса, күмәнсіз ол бәсекелік басымдылыққа ие болар еді.

Кәсіпорындар жоғарыда айтылған бәсекеқабілеттіліктің барлық элементтерін дұрыс жүзеге асырған кезде ғана ел экономикасы тұрақты дамуға қол жеткізеді. Өйткені бәсекеге қабілетті кәсіпорындары көп мемлекеттің экономикасы да бәсекеге қабілетті бола алады. Демек Қазақстанның алдына қойған мақсатына қол жеткізу, яғни дамыған 50 елдің қатарына кіруі де әбден мүмкін екеніне көзіміз жетеді. Бәсекеқабілеттіліктің барлық элементтері де бәсеке басымдылығын арттыруға бағытталуы керек. Бәсекелік басымдықтар қалыптаспаса, бәсекеге қабілетті бола алмаймыз.

Қолданылған әдебиеттер тізімі:

1. «Қазақстанның үшінші жаңғыруы: жаһандық бәсекеге қабілеттілік» Қазақстан Республикасының Президенті Н.Ә.Назарбаевтың Қазақстан халқына Жолдауы 2017.31 қаңтар
2. <http://elana.kz/>
3. «Производительность труда как ключевой фактор конкурентоспособности казахстанской экономики» Н.Бутырина, 23.02.2010.
4. Қазақстан Республикасының 2010-2014 жылдарға арналған үдемелі индустриалды-инновациялы стратегиясы

ӘОЖ 658.6

ЖИҒАЗ ӨНДІРУДІҢ ТИІМДІЛІГІН АРТТЫРУДА МАРКЕТИНГ ТЕХНОЛОГИЯЛАРЫН ҚОЛДАНУ

Сагидоллаева Асемгуль Турегалиевна

asemoq@mail.ru

Қ.Жұбанов атындағы Ақтөбе өңірлік мемлекеттік университетінің студенті, Ақтөбе,
Қазақстан

Ғылыми жетекшісі - Басшиева Ж.К.

Қазақстандағы жиһаз нарығы тартымды секторлардың бірі, яғни онда кәсіпкерлер үшін бизнес жасауға негіздемелерді дамытуды талап етеді. Бүгінгі таңда жиһаз нарығындағы арақатынасты салыстыратын болсақ, импорттың көлемі - 70%-ды құраса, Қазақстандағы жиһаз өндірісі - 30%-ды құрайды. Қазақстанға әкелінетін импорттық жиһаз өнімдердің басым бөлігі Ресей, Украина, Беларусь, Қытай, Италия, Туркия елдері. Аталмыш елдерде жиһаз шығаратын ірі холдингтер жұмыс жасайды. Олар жоғары технологиялы өндірісті қолдану арқылы арзан және сапалы өнім өндіріп, әлемдік жиһаз нарығының едәуір үлесін иеленуде.

Бүгінгі таңда қазақстандықтардың жан басына шаққанда жиһазды сатып алуы орта есеппен 10-15 долларды құрайды. Дамыған елдерде оның көлемі – 260 доллар.