

EXPORT POTENTIAL OF MILLING INDUSTRY OF KAZAKHSTAN

PhD student
University of Narkhoz

Abstract. The export potential of the flour-milling industry of Kazakhstan, the export of mill products: seasonality of the harvest, transport services, shortage of wagons, high cost of domestic tariffs for transportation of flour-milling products by railway, which is confirming the fact that Kazakhstani exporters cannot compete on foreign markets, and data on the exporters margins are minimizing this transaction. It is noted that marketing of mutual relations of participants of the flour market - is an important tool, since such factors such as reliability, integration, interrelation, cooperation and timely delivery, which should be at a high level, are considered. The experts of milling industry were interviewed for 10 years, with the help of secondary information processing was carried out using program R, based on quality analysis, a tonal model identifying factors that had a negative effect on exports was developed, i.e. existing obstacles to the development of export potential of milling industry, and recommendations on their elimination.

Түйінді сөздер: Кілттік сөздер: тартылған ұн өнімі, экспорт, мемлекет, салықтар, логистика, өзара қатынас маркетингі, маркетингтік ақпараттық жүйе, кедендік тарифтер, көрсеткіштер.

Ключевые слова: мукомольная продукция, экспорт, государство, налоги, логистика, маркетинг взаимоотношений, маркетинговая информационная система, таможенные тарифы, индикатор.

Key words: flour-milling production, export, State, taxes, logistics, interaction marketing, marketing information system, customs tariffs, indicator.

Кіріспе. Ұн нарығындағы мемлекеттік реттеу, астық нарығын реттеумен тығыз байланысты. Нарықтың тепе-теңдікте және прогрессивті дамуына қол жеткізу үшін макро және микроэкономикалық реттеушілер қажет, сонымен қатар, нарықтың жекелеген сегменттеріне мемлекеттің ықпалы, үйлестіруші үдерісі ретінде қарастырылуы керек. Ол әр түрлі бағыттар бойынша түрлі әдістер қолданады. Астық пен ұнды өндіруші мен тұтынушы мүдделерін қолдау үшін, маркетингтік қарым-қатынас стратегиясын қолдану қажет. Ал ұн тарту кәсіпорындарын дамыту үшін мемлекеттік шара, өндірісті ынталандыру керек.

Бұл міндетті шешу үшін, ең басты шарт астықты өндіру үшін аймақтарды жоспарлау, бұл индикативтік жоспарлаудың маңызды нысаны. Осы болжамдарды жүзеге асыру үшін мемлекет тарапынан кешенді мақсатты бағдарламалар болуы тиіс. Бағдарламалар мақсатты, қаржылық және материалдық ресурстарды қамтуы тиіс, құқықтық және экономикалық әдістеріне негізделген болуы керек, тауарды өндіру заңына сәйкес болуы шарт, мұндай бағдарламаларға өндірушілердің қатысуы, ерікті және өзара тиімді болуы тиіс, нарықтық экономикаға қайшы келмеуі міндетті.

Сыртқы сауда-саттықты қалыптастыру мен экспорттық саясатты жүзеге асыру үшін ұн тарту саласында мемлекет рөлі ең маңызды болып табылады. Ол тауарлық экспорттық стратегия әзірледі, сонымен қатар, көліктік, кедендік, тарифтік, кадрлік және т.б. құрылымдарды жетілдіру үшін жұмыстар жасап жатыр [1].

Ұн тарту өнімдерін экспорттау барысындағы ең басты мәселелер, ол көліктік теміржол қызметтері тарифтерінің қымбаттығы, вагондардың жетіспеушілігі, егін жинау маусымдығы. Теміржол көлігімен ұн тарту өнімдерін тасымалдау барысындағы ішкі тарифтерінің қымбаттылығы, қазақстандық экспорттаушылардың сыртқы нарықта бәсекелес бола алмайтындығына әкеліп соқтырады, сонымен қатар, экспорттаушылардың осы транзакциядан алған

маржасы барынша азайтылған. Балтық теңізі порты терминалы арқылы астықты жөнелту мәселесі де бар.

Соңғы жылдары мемлекет бұл бағытта белсенді жұмыс істеп келеді. Атап айтқанда, Ақтаудың қазақстандық портынан Астраханға астықты тасымалдауға арналған паромдық өткел іске қосылды, сонымен қатар, Ақтауда арнайы астық терминалын салу жеделдетілуде.

Қазақстан Оңтүстік-Солтүстік халықаралық ірі трансконтиненталдық көлік жобасына қосылуға ниетті. Оның қатысушылары – Үндістан, Иран, Ресей. Бұл Үндістаннан Волга-Балтық жүйесінен Батыс Еуропаға дейінгі аралас теміржол-су жолы. Бұл бағыт Қытай мен Жапония, сондай-ақ Оңтүстік-Шығыс Азиядағы басқа елдермен сауда байланыстарын дамыту үшін жақсы мүмкіндіктер тудыратын Транссибір теміржолын кесіп өтеді.

Зерттеу материалдары мен әдістері.

Ең басты соңғы жылдар бойынша статистикалық мәліметтер мен 2017-2021 жылғы мемлекеттік бағдарламалар бойынша, сонымен бірге шетел мемлекеттерінің тәжірибесі туралы мәліметтерге де шолу жүргізілді. Шолу жұмысы қазіргі кездегі Қазақстандағы экспорттық әлеуеттің тежелуіне қандай факторлар әсер ететінін табу үшін әрекет жасалынды. Содан кейін зерттеу үшін мәліметтер мәтін түрінде барлық ақпараттық көздерден жинақталды, олар БАҚ көздері, интернет желілері мен газет, журналдардағы сұхбаттар болып табылды. Жиналған мәліметтер барынша сарапталып, тек шынайы зерттеуге жарайтын сұхбаттар іріктелді, іріктеу R бағдарламасы арқылы жасалынды.

Зерттеу барысындағы әдістеме негізін абстрактік-логикалық, есептік-конструктивті зерттеу әдістері құрады, сонымен қатар, интервью әдісі, салыстыру, жалпылау, синтез және талдау болып табылды. Зерттеудің дерек көзі ретінде екінші реттік ақпарат әдісін қолдана отырып, ұн тарту саласындағы сарапшылардың сұхбаттары жинақталды, сонымен қатар, R бағдарла-

масындағы сапалы мәтінді талдау барысында тональдік модель ұсынылды.

Нәтижелері және оларды талқылау.

Қазақстан кәсіпорындары Ұн өнімінің экспортын, шетелдік компаниялармен ұзақ мерзімді келісімшарттар негізінде жүзеге асырады, осы келісімшарт бойынша, теміржол көлігімен тасымалдау және тауарларды тиеу шығындарын өтеу үшін, толық немесе ішінара алдынала төлем жасалынады.

Жаңа шетелдік тапсырыс берушілермен жасалған келісімшарт бойынша, олар Қазақстаннан ұнды жеткізу үшін алдын-ала төлем төлеуі тиіс. Әрбір үлкен деңгейлі кәсіпорында астық пен ұн экспортымен байланысты барлық тәуекелдер қарастырылады, ал мемлекет экспорттық операцияларды сақтандыру, несиелеу және субсидиялау мәселелері бойынша тиімді көмек көрсетпейді [2].

Сонымен қатар, экспорт бойынша шетелдік нарықта, өнімнің бәсекеге қабілеттілігіне кері әсер ететін фактор ол кедендік баж. Астық пен ұнды өндірушілерді ынталандыру үшін, біздің ойымызша, мемлекет тарапынан кедендік баж салығы бойынша жеңілдіктер беру қажет.

Біз сондай-ақ ТМД елдерімен еркін экономикалық кеңістік құру және жалпы ұн тарту кәсіпорындарын дамыту негізінде жаңа өзара тиімді экономикалық қатынастарды қалыптастыру қажет деп есептейміз.

Ұн нарығына қатысушылардың маркетингтік қарым-қатынастарының келісімшартқа байланысты болуы, яғни сенімділік, интеграция, уақытылы жеткізу сияқты факторлар жоғары деңгейде болу шарт [3].

Экспорттаушыларды мемлекеттен ынталандыру бағыттарының бірі – нөлдік ставка бойынша жұмыс істеу мүмкіндігі. Экспортқа шығарылған өнімге, отандық салықтардың 15% мөлшерінде қайтарылуы.

Астық пен ұн экспортын тұрақтандыру және кеңейту үшін экспорттық лицензиялауды енгізу қажет.

Астықты экспорттауды лицензиялау:

- ішкі нарықта тапшылықты болдырмау, елдегі астық балансының негізінде келісімшарттарда экспорт көлемін реттеуге мүмкіндік береді;

- астықтың шығу тегіне дейін оның экспортқа шығуын бақылаудың кешенді жүйесін енгізу;

- астықты экспорттаудың бірыңғай баға саясатын жүргізу, бұл төмен бағамен экспорттауды тоқтатуға мүмкіндік береді.

Азық-түлік өнімдерін экспорттауда маркетингтік компонент қаржылық компо-

ненттен гөрі мемлекеттен аз шығынды талап етеді. Өлемдік тәжірибе бойынша, азық-түлік өнімдерін сыртқы нарықтарға экспорттау кезінде маркетингтік компонентін белсенді пайдаланады.

Маркетинг компоненті астық пен ұнды экспорттау үшін, ақпараттық және ұйымдастырушылық қолдау элементтерін анықтайды, олар:

- азық-түлік өнімдерін өндірушілер мен экспорттаушыларды ақпаратпен қамтамасыз ету, маркетинг және консалтингтік қолдау көрсету;

- отандық тауар өндірушілердің халықаралық деңгейдегі азық-түлік көрмелеріне қатысуына демеу болу;

- қызметті зерделеуге бағытталған іс-шараларды ынталандыру, қазақстандық астық және ұн экспорттаушылары мүддесіне байланысты, сыртқы нарық конъюнктурасын зерттеу.

Қазақстанның астық нарығындағы негізгі оператор азық-түлік келісімшарт корпорациясы болып табылады, ол астық экспортының шамамен 50% құрайды. Сыртқы нарықта астықты ілгерілету үшін, азық-түлік келісімшарт корпорациясының әртүрлі мемлекеттерде өзінің өкілдіктері бар, ол жыл сайын халықаралық жәрмеңкелер өткізеді, мұнда тауарлық астық пен ұнға тапсырыс берудің тұрақты пакеті қалыптасады, сонымен қатар, шетелдік әріптестермен тұрақты және ұзақ мерзімді қарым-қатынас орнатылады.

Ұн тарту өнімдерін тұрақты экспорттаудың маңызды элементі – бұл нақты сұранысты ескере отырып, экспорттық қоржынын әртараптандыру және өнімнің құрамын кеңейту. Бұл өңдеудің жоғары деңгейімен өндірістің өсуін ынталандыруды талап етеді [4].

Экспорттың өсуі үшін көптеген елдер ішкі мәселелерге назар аударады, сондай-ақ ел ішінде қажетті инфрақұрылымын құру және құзыреттілікті қолдау, экспортты жылжытуға жағдай жасау болып табылады.

Мемлекеттің бәсекелестігіне және экспортқа шекара векторлары әсер етеді, олар экспорттық-импорттық шығындарды минимумға жеткізуге бағытталған. Бұл сұрақтар экспорттық саланың ортасын анықтап, экспорттық операциялар құнына елеулі үлес қосады. Олар инфрақұрылым сұрақтарын қамтиды (көлік және коммуникация), сонымен қатар, сыртқы сауда-саттық қызметті, әкімшілік-құқықты реттейді.

Сондықтан, Ұлттық экспорттық стратегия шеңберіндегі стратегиялық бастамалар, келесі жұмыстарға бағытталған, олар

өңдеу салаларына шетел инвестицияларын тарту, ноу-хау енгізу, халықаралық сауда-саттық нарығында қазақстандық бизнес пен экспорттау мүмкіндіктерін арттыру.

Тауар бағасының циклына байланысты, экономиканы әртараптандыру қажет және жоғары деңгейдегі өнімдерге назар аудару керек, олар Қазақстандық экспортты орташа және ұзақ мерзімді перспективада елеулі түрде арттыруға ықпал етеді.

2030 жылға қарай, дамушы елдер экспортының географиялық кеңеюі, жаңа технологиялық әзірлемелерге, сұраныстың өсуіне, сонымен қатар сервистің жетілуіне байланысты. Әлемдік үрдістерді ескере отырып, Қазақстан шикізаттық емес экспортты қызметтерді дамыту арқылы да сыртқы нарықта беделін арттыра алады (1 кесте).

1 кесте – 2016-2021 жж. Азық-түлік экспортының өсу мақсатты индикаторы, соның ішінде астық пен ұн

Мақсатты индикатор	Өлшем бірлігі	2015 нақты	2016 бағалану	2017	2018	2019	2020	2021
Азық-түлік өнімдері экспорт көлемінің өсуі	АҚШ млн. долл.	814	1 204	920	1 077	1 168	1 329	1 481
Тауар бойынша экспорт көлемі:								
Ұн		343,6	479,7	398,5	404	409,4	414,9	414,9
Астық		648,8	729,7	628,2	667	701,9	709,8	714,7
Ескертү: дереккөзі [5]								

Қазақстан Республикасының 2017-2021 жж. Агроөнеркәсіптік кешенінің дамуы бойынша мемлекеттік бағдарлама шеңберінде 65 түрлі субсидий қарастырылған. Нәтижесінде жыл сайын 25 млрд. теңге үнемделеді. Өзгертілген критерий ауыл шаруашылық өнімдерінің өндірісін, сол шеңбердегі бюджет бойынша, орташа есеппен 29%-ға арттыруға мүмкіндік береді.

Статистика мәліметіне сәйкес, 2016 жылы макарон өнімдерінің көлемі 145 мың тоннаны құрады, бұл былтырғы жылмен салыстырғанда шамамен бірдей көрсеткіште. Сонымен қатар, макарон өнімдерінің экспорты екі есе артып, 23,6 мың тоннаны құрады. Өндірістің жалпы көлеміндегі экспорт үлесі 16%-ды құрады. Қазақстандық макарон негізінен ТМД елдерінің нарығында сатылады, оның ішінде Ресей (47%), Түркменстан (19%), Грузия (14%), Қырғызстан және Тәжікстан (10%) [6].

Иранға жеткізілімдерді екі есе көбейту нәтижесінде, Ислам Республикалары қазақстандық бидайдың ірі сатып алушысы болды, ал Қытайға экспорт 9 есе өсті. Әлемдік астық өндірісінің өсуіне болжам жасау, Қазақстанға әсер етпейді, бұл отандық өнімдерге деген сұранысты арттырады. Қазақстан, Орталық Азиядағы ірі астық өндіруші, 2017-2018 жж. маркетингтік жылының болжамы бойынша, өткен маусыммен салыстырғанда 8,3 млн тоннадан 8,0 млн тоннаға дейін экспорт төмендейді. Ағымдағы маркетингтік жыл 2017 жылдың 1 шілдесінде басталды және 2018 жылдың 30

маусымында аяқталады. Қазақстанның астықты сатудың негізгі бағыттары – Орталық Азия мен Каспий көрші елдері [7].

Қазақстандық Ұлттық экспорттық стратегия бағдарламасы бойынша, экспорт әлеуетін дамыту бағыттары қарастырылған:

Бірінші – экспортшыларды қолдау үшін институционалдық негіздерді жақсарту. Экспортты жылжыту үшін «Қазақ экспорт» атты жоба, біркелкі терезе принципімен жұмыс істеу мәселесі қарастырылуда.

Шетел мемлекеттерінде біркелкі оператор өкілдігі туралы мәселе қарастырылып жатыр. Қазақстан Республикасының үкіметіндегі экспорт саясаты бойынша кеңестігі, ұлттық экспорттық саясаттың басты бағыттарын анықтайды, сонымен бірге мониторинг жүргізіп, жүзеге асыруға тырысып бағады. Сондай-ақ, сауда-саттық саясаты мәселелері бойынша халықаралық ведомствоаралық комиссияның функцияларын кеңейту және халықаралық экономикалық ұйымдарға қатысу жоспарлануда.

Екінші бағыт бойынша перспективті сату нарығын анықтап, «экспорт себетін» ұсыну. Себетке 7 саладан 116 тауар кірді, олар қазіргі таңда экспортталуда, не экспортқа шығаруға ұсынылуда.

Ең бірінші бұл тамақ өнеркәсібіндегі тауарлар: кондитерлік өнімдер, ұн және ұн тарту өнімдері, сұйық май, консерві. Сонымен бірге тыңайтқыштар, қорғасын аккумуляторлары, трансформаторлар қосылған. Тағы жаңа тауар позициялары да ұсынылған: олар бала киімі, дәрі-дәрмек,

құйылған шыны және тағы басқа құрылыс материалдары.

Экспорт көзқарасынан перспективті қызмет түрлеріне көлік, соның ішінде энергоресурстар транзиті; туризм; қаржы және бизнес қызметтері; білім; медицина; космостық қызметтермен космостық аппараттарды тәжірибеден өткізу.

Үшінші бағыт – экспорттаушылар үшін қаржылық және қаржылық емес қолдау шаралары.

Төртінші бағыт – экспортты дамыту жолында кезіктіретін кедергілерді жою.

Ал енді қазіргі кездегі экспорттық әлеует жағдайын қарастырғаннан кейін, экспортты тежейтін факторларды зерттеу барысында алған нәтижені көрейік. Бұл нәтижеге жету үшін екінші реттік ақпарат жиналып, мәтіннің сапалы талдауы атты R бағдарламада өңделіп, тональдік модель айқындалды. Ұн тарту өнімдерін экспорттау барысындағы әсер ететін негізгі факторларды анықтау үшін, ең басты факторлар қарастырылды (2 кесте).

2 кесте – Ұн тарту өнімдерін экспорттау барысындағы әсер ететін негізгі факторлар

Шикізат	Өндіріс	Логистика және маркетинг	Салық	Мемлекет
Астық өндірісінің төмен рентабельділігі	Өндірушінің тұтынушыға дейінгі тізбегі, сауда әлеуетінен емес, өндірістік әлеуетінен құрылған	Әлсіз логистикалық инфрақұрылым	Қосылған құн салығының уақытылы қайтарылмайтындығы	Мемлекеттік-жеке серіктестік әдісі әлсіз жұмыс жасайды
Астықты сатуға араласпайды	Білікті мамандардың жетіспеуі	Вагондардың жетіспеуі	Серіктес елдердің акциз салығының мөлшерлемесін арттыруы	Дәстүрлі айналымсыздық
Ұнды нығайтудың пайдасы жоқ	Жабдықтардың тозуы	Қазақстан мен Ресей арасындағы жолмен жеткізілімдерге мониторинг жүргізілмейді		Валюталық саясаттың тұрақты еместігі
		Маркетингтік ақпараттық жүйенің әлсіз дамуы		Айна реакциясы серіктес елдермен жұмыс істемейді
		Маркетингтік қарым-қатынас дамымаған		Астықты өңдеу - басымдық емес
		Хаотикалық сату		Нарықтық әлеуетті төмендету
				Азық-түлік қауіпсіздігі әлсіз

Ал зерттеу барысында, алған нәтижеге келетін болсақ, ол келесі суретте көрсетілген, яғни экспортқа кері әсер ететін ең басты негізгі факторлар нәтижесін көруге болады.

Келесі суретте «Тональдік модель» ұсынылған, ол жерде ұн тарту өнімдерін экспорттауға кері әсер етуші басқа да факторларды көре аласыздар (1 сурет).

Бірінші фактор логистика, ол үшін орташа тональділік көрсетілген.

Логистика бойынша орташа тональділік (-2) нәтижесін көрсетті, бұл тональділіктің

төмен көрсеткіші, яғни логистика инфрақұрылымының дамымағандығын айқындады.

Келесі фактор астық – орташа тональдік (-0,747), астық өндірісінің төмен рентабельділігі, астықты сатуға араласпайтындығы, ұнды нығайтудың пайдасының жоқтығы.

Үшінші фактор мемлекет – орташа тональдік (-0,947), Мемлекеттік-жеке серіктестік әдісі әлсіз жұмыс жасайды, Айна реакциясы серіктес елдермен жұмыс істемейді.

Келесі фактор өндіріс – орташа тональдік (-0,889), Өндірушінің тұтынушыға дейінгі тізбегі, сауда әлеуетінен емес,

өндірістік әлеуетінен құрылған, білікті мамандардың жетіспеуі.

Келесі фактор Салық бойынша орташа тональділік көрсетілген, бұл жерде қосымша құн салығы мен акциз қарастырылған.

Салық бойынша орташа тональділік (-3,6) нәтижесін көрсетті, бұл тональділік бойынша төмен көрсеткіш.

Бұл қарастырылған факторлардың көрсеткіштері төмен, яғни осы факторлардың әрқайсысын дамыту жолында жұмыс істеу керек.

Ұн өнеркәсібі сарапшыларының пікірлері бойынша

По мнениям экспертов мукомольной промышленности



1 сурет – Ұн тарту экспортына кері әсер ететін басты факторлар

Тұжырымдар. Қорытындылай келе, Қазақстандағы қазіргі кездегі экспорттық әлеуетті қарастыру барысында, экспортты тежейтін, ең басты факторлар анықталды. Зерттеу жүргізу кезінде ұн тарту саласындағы сарапшылардың сұхбаттары екінші реттік ақпарат түрінде жиналды, R бағдарламасы арқылы өңделіп, тональдік модель ұсынылды.

Ең басты кері әсер ететін факторлар салық, логистика және маркетинг екені айқындалды. Салық түрлері, ол акциз бен қосылған құн салығы болып табылады, себебі ҚҚС уақытылы қайтарылмайды, ал акциз мөлшері өте жоғары. Сонымен қатар, логистика инфрақұрылымы мен маркетингтік ақпарат жүйесі әлі де даму үстінде. Барлық қарастырылған факторлардың көрсеткіштері төмен, яғни осы факторлардың әрқайсысын дамыту жолында жұмыс істеу керек.

Әдебиеттер тізімі

1 Калиев Г.А. Актуальные проблемы развития АПК Казахстана. - Алматы: КазНИИ экономики АПК и развития сельских территорий, 2013. - 23 с.

2 Молдашев А.Б. Повышение конкурентоспособности аграрного сектора Казахстана

в условиях ЕЭП и ВТО // Проблемы агрорынка. – 2013.-№1.-С. 5-8.

3 Борбасова З. Экспортный потенциал Казахстана на мировом рынке зерна // Аль-Пари.- 2006. - №1. - С. 107-113.

4 Салыкжанова Н. Мукомолы Казахстана рискуют потерять экспортный рынок [Электронный ресурс].-2017.-URL: <http://liter.kz/ru/articles/show/6794> (дата обращения: 20.01.2018).

5 Государственная программа инфраструктурного развития «Нұрлы жол» на 2015 - 2019 годы, утвержденная Указом Президента Республики Казахстан от 06 апреля 2015 года №1030

6 Данные внешней торговли Казахстана за 2016г. Комитет государственных доходов Министерства финансов Республики Казахстан [Электронный ресурс].-2016.-URL: http://kgd.gov.kz/ru/exp_trade_files (дата обращения: 21.01.2018).

7 Торговля ЕС с третьими странами в 2016 г. Европейская комиссия [Электронный ресурс].-2016.-URL:http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2006/september/tradoc_122530.02.2017.pdf (дата обращения: 21.01.2018).

Әдебиет тизімі

1 Kaliev G.A. Aktual'nye problemy razvitiya APK Kazahstana. - Almaty: KazNII jekonomiki APK i razvitiya sel'skih territorij, 2013. - 23 s.

2 A.B. Moldashev Povyshenie konkurento-sposobnosti agrarnogo sektora Kazahstana v uslovijah EJeP i VTO // Problemy agrorynka. – 2013.-№1.-S. 5-8.

3 Borbasova Z. Jekspornyj potencial Kazahstana na mirovom rynke zerna // Al'Pari.- 2006. - №1. - S. 107-113.

4 Salykzhanova N. Mukomoly Kazahstana riskujut poterjat' jekspornyj rynek [Jelektronnyj resurs].-2017.-URL:<http://liter.kz/ru/articles/show/6794> (data obra-shhenija: 20.01.2018).

5 Gosudarstvennaja programma infra-strukturnogo razvitiya «Nырly zhol» na 2015 - 2019 gody, utverzhennaja Ukazom Prezidenta Respubliki Kazahstan ot 06 aprelja 2015 goda №1030

6 Dannye vneshnej trgovli Kazahstana za 2016g. Komitet gosudar-stvennyh dohodov Ministerstva finansov Respubliki Kazahstan [Jelektronnyj resurs].-2016.-URL: http://kgd.gov.kz/ru/exp_trade_files (data obrashhenija: 21.01.2018).

7 Torgovlja ES s tret'imi stranami v 2016 g. Evropejskaja komissija [Jelektronnyj resurs].- 2016.- URL:http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2006/september/tradoc_122530.02.2017.pdf (data obrashhenija: 21.01.2018).

ӨОЖ 339.137.2:664

САРЫ МАЙ ӨНДІРІСІНІҢ БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІГІНІҢ ӨСУ ФАКТОРЛАРЫ

**ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА
СЛИВОЧНОГО МАСЛА**

FACTORS OF INCREASED COMPETITIVENESS OF BUTTER PRODUCTION

А.М. РАСУЛОВА

PhD докторанты

Нархоз Университеті

А.М. РАСУЛОВА

докторант PhD

Университет Нархоз

A.M. RASULOVA

PhD student

University of Narkhoz

Аңдатпа. Отандық тағам өнеркәсібінің бәсекеге қабілеттілігін арттыру жолдары, елдің азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ететін фактор ретінде жоғары тиімді және жоғары табысты экономиканың секторына айналуы қарастырылған. Кәсіпорынды басқару мәселелер зерттелген. АӨК әлеуетіне баға берілген. Аграрлық секторда санаспайтын басымдық бар ол – әлемдік нарықтағы бәсекеге қабілетті, экологиялық таза өнім өндірісі болатыны белгіленген. Республиканың тағам өнеркәсібі салаларының қызметіне, Қазақстанның аймақтық нарықтарындағы ауыл шаруашылығы тауарөндірушілерінің қызметіне талдау жүргізілген. Зерттеудің негізгі бағыты нарық субъектілерінің арасындағы бәсекелік қатынастарды бағалау, олардың қарқындылық дәрежесі және субъекттердің бір-біріне әсері болып табылады, мұнда бәсекелік қатынастардың салалық ерекшеліктері, зерттелетін кәсіпорындардың меншік нысандары және басқа жанама факторлары есепке алынды. Бәсекелестіктің жоғары деңгейінің себептері кәсіпорындардың шикізат пен технологиялардың импортына тұрақты тәуелділігі және ірі сауда желілері жиі шетел өндірушілерінің тауарларын орналастыруды қалайтындығы анықталды. Экономикалық қызметтің тиімділігін талдау және бағалау үшін заңнамалық және ұйымдастырушылық-әдістемелік базаны одан әрі жетілдіру қажет. Осы мәселелерді шешудің практикалық маңыздылығы, саланың бәсекеге қабілеттілігін басқару әдіснамасы мен практикасының жекелеген мәселелерін зерттеудің өзектілігін көрсетеді.