**М. ПОРТЕРДІҢ БӘСЕКЕЛІК АРТЫҚШЫЛЫҚ ТЕОРИЯСЫ ОСЫ КҮНГІ ХАЛЫҚАРАЛЫҚ БИЗНЕСТІҢ НЕГІЗГІ ТЕОРИЯСЫ РЕТІНДЕ**

Бәсеке - нарықтық экономиканың маңызды ерекшеліктерінің бірі. Бұл адамның шығармашылық еркіндігін қамтамасыз етіп, жаңа бәсекеге қабілетті тауарлар мен қызметтерді жасау және құру жолымен экономиканың өзін-өзі қамтамасыз етуі үшін жағдай жасайды.

Жаһандану үрдісі мен интернационалдандыру үрдісінде халықаралық бәсекелестік проблемалары алдынғы қатарға шығуда. Әлемнің көптеген елдерінде, соның ішінде өтпелі экономикасы бар елдерде, бәсекелестік туралы заңдар қабылданып және осы мәселеге қатысты ұлттық органдар құрылуда.

Бәсекелік артықшылықтар - бірнеше деңгейде қарастыруға болатын көпқырлы экономикалық санат. Бұл тауарлардың, тауар өндірушілердің, өндірістердің, еліміздің бәсекелестік артықшылықтары. Барлық деңгейлер арасында тығыз қарым-қатынас бар: елдің бәсекелестік артықшылықтары өңірлердің, салалардың, өндірістердің және т.б. бәсекелестік артықшылықтарынан тұрады.

Бірде-бір мемлекет немесе компания бәсекелестікке қажеттілігін елемеуге жол бере алмайды. Олар бәсекелестіктің өнерін түсінуге және игеруге тырысу керек. Экономиканың құрылымы мен дамуы және компаниялардың бәсекелестік артықшылықтарға қол жеткізу жолдары - бәсекелестік теорияның мәні болып табылады. Оларды түсіну компанияның бәсекеге қабілетті стратегиясының негізі болып табылады.

Бәсекені талдауды дамытуда танылған көшбасшы - Гарвард университеті, Бизнес мектебінің профессоры М. Портер, бәсекелестік стратегиясының нұсқалары мен негізгі күштерін анықтаудың негізгі модельдерінің авторы.

Бүгінде бәсекелестік ғылыми қоғамдастықтар мен практик - менеджерлерінің арасында ең көп талқыланантын мәселелердің бірі. Соңғы онжылдықта бәсекелестіктің саласы нақты бизнес саласынан коммерциялық емес ұйымдарға, жеке кәсіпорындардан халықтық немесе аймақтық деңгейге дейін кеңейді.

Бәсекелестікті экономиканың «мәңгілік» тақырыптарына жатқызуға болады, алайда осы саладағы жаңа идеялардың ең көп саны 1970-ші жылдардағы ең ауыр дағдарыстардан кейін айтылды. Стратегиялық басқару идеясының пайда болуы мен қалыптасуы бәсекелестік теориясының қарқынды дамуымен қатар жүрді.

Көптеген зерттеушілер бәсекелестік теориясын зерттеп, дамытумен айналысуда, бірақ бүгінгі күні бәсекелестік теориясына енгізілген идеялар мен құралдардың маңыздылығында ең танымал көшбасшы қазіргі заманғы ең ірі ғалымдар бірі, американдық экономист Майкл Портер болып табылады. Соңғы 30 жылда ұсынған идеяларының маңыздылығы мен анықталған заңдылықтарының дұрыстығы соншалықты зор болғандықтан, статистиктердің айтуы бойынша, Майкл Портер бәсекелестік теориясындағы ең үздік бірден-бір маман. Оның постулаттары мен бәсекелестікті талдау әдістері әлемнің барлық экономикалық университеттері мен бизнес мектептерінің оқу бағдарламаларына енгізілді. Портердің танымал инструментариясын оның жоғары қолдану қабілетті көрсетеді. Зерттеуші ұсынған модельдерді іс жүзінде қолдану тәжірибеде қойылған мәселені талдап қана қоймай, кең ауқымды тұжырымдар жасауға мүмкіндік береді.

Бұл жұмыста М. Портер ұсынған бәсекелестіктің теориясының тұжырымдамалары және олардың қазіргі дамуы талданады. М. Портердің бәсекеге қабілетті стратегиялары және жаһандық бағытталған компанияларды модификациялауға шолу жасалады. М. Портердің құндылық тізбегіне енгізілген идеялардың дамуы компаниялардың бәсекелестік артықшылықтарының сипатын және көзін анықтауға мүмкіндік береді.

**Бәсекелік артықшылық.** Қазіргі заманғы әлемде мемлекеттер арасындағы бәсеке күшейе түсуде, ал табысты басқа экономикалар қол жеткізілген прогреске қарамастан, алға басуда. Дамушы мемлекеттердің бірқатары өздерінің серпінді экономикалық өсуіне байланысты әлемде неғұрлым маңызды рөл атқара бастады.

2050 жылға дейін дамушы елдер жоғары урбанизация, адами капиталдың өсуіне және табиғи ресурстардың қолжетімділігіне байланысты дамыған елдерден жылдам өсетін болады. Қазірдің өзінде дамушы елдерде жұмысқа орналасу, білім алу және демалу мүмкіндіктерінің мол таңдауын ұсынатын, әлеуметтік-экономикалық белсенділік орталықтарына айналып келе жатқан қалаларға халықтың ауылдық жерлерден көшіп-қонуы күшеюде. Соның нәтижесінде, 2050 жылға қарай әлем қалаларында халықтың 70 %-ынан астамы тұратын болады.

Ұзақ мерзімді перспективада дамушы елдер, ең алдымен Қытай және Үндістан әлемдік экономиканың дамуына түйінді үлес қосатын болады.   
2050 жылға қарай дамушы елдердің ІЖӨ-нің жиынтық көлемі дамыған елдердің ІЖӨ көлемінен асып түсетін болады, ал Қытай әлемдегі аса ірі экономикалы елге айналмақ.

Дамушы экономикалардың жалпы саны 5 есе артатын болады; дамып келе жатқан аса ірі 30 экономиканың 19-ының табыс деңгейі жоғары елдер тобына кіруге әлеуеті бар.

Бұл ретте жан басына шаққандағы ІЖӨ деңгейіне қатысты дамушы және дамыған елдер арасындағы айырма екі есе қысқарады. ІЖӨ-нің жан басына шаққандағы орташа әлемдік көрсеткіші 2005 жылғы бағалармен сатып алу қабілетінің паритеті бойынша 2050 жылға қарай 2,5 есе немесе 8 мыңнан 20 мың АҚШ долларына дейін өсетін болады.

Дамушы елдердің экономикалық өсуінің жоғары қарқыны, олардағы орта тап үлесінің артуы және ұзақ пайдаланылатын тауарларды (негізінен, жеке автокөлікті) тұтынудың өсуі Қазақстаннан шикізат ресурстарын және ауыл шаруашылығы өнімін экспорттауға тұрақты сұранысты қамтамасыз ететін болады.

Батыс Еуропа елдерінің бай тәжірибесі интеграция ұлттық экономикалардың бәсекеге қабілеттілігін арттыруын қамтамасыз ететіндігін дәлелдейді. Интеграциялық бірлестіктерді құру олардың қалыптасып келе жатқан нарықтар мен дамушы елдердің егемендігіне шынайы қауіптер төндіруі мүмкін ірі трансұлттық және ұлттық құрылымдарға қарсы тұруына себін тигізеді. Заманауи жағдайда аймақтық интеграция әлемдік дамудың үстемдік ететін үрдісі бола бастауда. Қазіргі кезде барлық әлем – бұл аймақтық одақтардың жиынтығы. Батыс Еуропада, Солтүстік және Оңтүстік Америкада, Оңтүстік-Шығыс Азияда, посткеңестік кеңістікте және Африкада ортақ экономикалық және геосаяси мүдделермен байланысты ірі аймақтық бірлестіктер бар. Оларды құрудың мақсаттары мен себептері әртүрлі болды, бірақ әлемдік экономиканың жаһандану аясында олардың барлығы олармен біріккен мемлекет топтарында ұлттық мүдделерін қорғауға бағытталды.

Азиялық, еуразиялық және еуропалық кеңістікте интеграциялық бірлестіктердің қалыптасу алдында халықаралық экономикалық қатынастар жүйесінде дағдарыстық немесе сілкіністік құбылыстар болып өткен. Бірыңғай Еуропаны құру туралы идеяны іске асыру Екінші дүниежүзілік соғыстан кейін басталды. 80-жылдары соғыстың аяқталуы АТЭҚ Форумы мен АСЕАН аймақтық Форумы құрылуына себін тигізді. 1991 жылы Кеңес Одағының құлдырауы ТМД құрылуына алып келді. Азиялық және Ресейлік қаржылық дағдарыстан кейін ЕурАзЭҚ құрылды. 2008 жылы тамыз айында Грузия-оңтүстік Асетиялық қарулы жанжал ЕурАзЭҚ Кеден одағын құруын жеделдетті. Бірыңғай экономикалық кеңістіктің құрылуы 2008-2009 жылдары болған қаржылық-экономикалық дағдарыстан кейін жылдам қарқынмен жүрді. Хронологиялық жүйелілікте келтірілген тарихи фактілер бұл бірлестіктер кездейсоқ туындағанын білдірмейді. Керісінше, бірыңғай Еуропа негіздерін құрғаннан бастап ЕурАзЭҚ Кеден одағының құрғанға дейін оларды құрудың алғышарттары едәуір ертерек туындаған, ол туралы сәйкес дайындық жұмыстары дәлелдейді. Сонымен қатар, бұл аймақтық интеграциялық бірлестіктердің құрылу себептері көрсетілген дағдарыстық және сілкіністік құбылыстармен бағыттық тәуелділігі жоқ, бірақ себеп-салдарлық байланыстар бар екендігі күмәнсіз.[1]

Интеграциялық өзара әрекеттесудің әртүрлі үлгілері негізінде ұлттық экономиканың серпінді және тұрақты дамуын қамтамасыз етуімен мемлекеттердің ынтымақтастығы уақыт әмірлігі болып табылады. Аймақтық интеграциялық байланыстарды дамыту негізінде сәйкес институционалдық қамтамасыз ету кезінде көп полюстік әлемдік экономикалық кеңістіктің құрылуы орын алады, мұндай әрбір полюс өзара тәуелділік пен ұлттық экономикалардың өзара толықтырушылық негізінде ұқсас әлеуметтік – экономикалық міндеттерін шешетін мемлекеттер тобы болып табылады. Қазақстан Президенті Нұрсұлтан Назарбаевтың 1994 жылы М.Ломоносов атындағы ММУ қабырғасында сөйлеген сөзінде еуразиялық интеграцияны құру қажеттілігі туралы стратегиялық бастамасы заманауи жағдайда, әсіресе әлемдік жаһандық айқынсыздық алдында тұрған кезде маңызды бәсекелік артықшылық болып табылады. Ол Еуразиялық әлемдік жобасын құрудың қажеттілігін қырағы көрді. Бұл интеграциялық мәселенің барлық жиынтығын терең ғылыми ұғынуын және болашақ Еуразиялық экономикалық одаққа мүше елдер үшін орталықтандырылған ынталандырма жасауға және интеграциялық үдеріске қатысушылардың әрқайсысының ұлттық мүдделерін қорғауға бағытталған басымдылықтардың жеткілікті түрде анық және барабар жүйесін құруды талап етеді.[2]

Еуразиялық интеграция  үшін, ұлттық экономикалардың серпінді және үдемелі дамуы мән-мәтінде оны ары қарай тереңдету үшін негізгі үш деңгейді – мемлекетаралық интеграция тетіктері, копоравтивтік интеграциясын мемлекеттік ынталандырудың экономикалық тетіктері және корпоративтік интеграцияның ұйымдастырушылық тетіктерін көрсететін көршілестік стратегиясын іске асырудың тетік терінің жүйесі қажет. Интеграцияға тікелей мемлекеттік әсер тетіктері, біздің пікірімізше, аймақтық интеграциялық бірлестіктердің эспорттық әлеуетінің бәсекеге қабілеттігін және сауда саясатының тиімділігін арттыру мақсатында арасында дамудың мемлекетаралық институттарын құру, әлемдік нарықта серіктес мемлекеттердің әрекеттерін үйлестіруін атап көрсетуге болатын бірқатар шараларын қамтуы мүмкін. Интеграциялық әлеуетті іске асыру шеңберінде мемлекетаралық компанияларды құру мемлекеттік кәсіпкерлік және мемлекеттік-жеке серіктестіктің құралдарын қолдану негізінде өте жедетілген және тиімді болуы мүмкін. Мемлекеттік (немесе мемлекеттің қатысуымен) институттар мен компаниялардың қатысуы бар бұл тетіктер интеграцияны корпоративтік деңгейде жылдамырақ жүргізуге жеке шаруашылық жүргізуші субъектілерінің капиталдарын біріктіру үшін «жағдайлардың жетілу» ұзақ мерзімді кезеңін тез өтуге мүмкіндік береді. Корпоративтік интеграцияны ынталандыру мемлекеттік деңгейде (даму институттары мен мемлекеттік компаниялары арқылы тікелей қатысудың қарастырылған әдісінен басқа) және экономикалық ынталандырудың жанама шараларымен жүзеге асырылуы мүмкін. Бұл бірлескен кәсіпорындар үшін салық жеңілдіктері, корпоративтік халықаралық-интеграциялық компаниялар үшін дамудың мемлекетаралық институттарының инвестициялары мен жеңілдігі бар несиелер.

Қарастырылған тетіктердің барлық спектірін қолдану көршілестіктің интеграциялық стратегиясын және экономикалық, технологиялық, ғылыми, білім беру, мәдени және көпқырлы ынтымақтастықтың барлық деңгейдегі өзге де өзара байланысты нығайта отыра, Қазақстан және Кеден одағы мен Бірыңғай экономикалық кеңістігімен қатар, Еуразиялық экономикалық қауымдастыққа мүше елдері арасында серіктестікті табысты жүзеге асыруға мүмкіндік береді.

Жоғарыда аталғанның барлығы Еуразиялық әлемдік жоба идеясы Қазақстан тарапынан интеграциялық бастамалар негізінде өзінің ары қарай дамуын алады және тұрақты сипатқа ие. Жаңа интеграцияның немесе тұрақты негізде интеграция қажеттілігін ұғыну Беларусь, Қазақстан және Ресейдің Кеден одағын құруда және осы мемлекеттердің шынайы Бірыңғай экономикалық кеңістік құруында ілгері дамуында сенімді шешімінде нақты көрінісін алды. Сол уақытта Еуразиялық кеңістікке тікелей қатысы бар Орталық Азия елдерінің өзара әрекеттесуі әлі де шешілмеген мәселе болып қалуда. Өкінішке орай, бірнеше мәрте атап көрсеткен Еуразиялық идеясының жасампаз күші Орталық Азия елдерінің аймақтық бірлестіктерін құруда көрінісін әлі де таба алмауда, мәселен, даму үдерісі экономикалық, сондай-ақ саяси сипаттағы бірқатар мәселелерімен тежелетін Орталық Азия Одағын (ОАО) құру.[3]

**Бәсекелік артықшылықты құрудағы Портер тәжірибесі.**Кластер теориясының негізін қалаушы **М.Портердің** айтуынша, қазіргі заманғы жаһандық экономика кезеңінде ең маңызды бәсекелік артықшылық көп жағдайда кластердің орналасқан аймағымен айқындалады (М.Портер, 2002). Аймақтық кластерлердің жасақталуы мен қалыптасуы қазіргі экономиканың маңызды бәскелестік артықшылығы ретінде бағаланып, нақты синергеттік тиімділікті қамтамасыз етеді, жаһандық экономиканың аймақтану негізі болады. Аймақтық бизнестің бәсекеге қабілеттілігін одан әрі арттыру үшін бұрынғы ЭКК-ның аймақаралық құрылымдары қайта жасақталды. Енді **«Батыс» ӘКК** аймақтық холдингтік компанияға айналды. Ол облыстық әкімшіліктің бақылауында болады және өз қызметін территорияны дамыту жоспарларына сәйкес жүргізеді.[4]

Әлемдік тәжірибе мемлекеттік басқару субъектілері ретінде аймақтар белсеніп шыққан елдерде бәскелестік өрлейтінін көрсетіп отыр. Бұлардың әрқайсысына өз әлеуметтік-мәдени және табиғи-экологиялық ерекшеліктері тән. Аймақтардың қаржы-шаруашылық дербестіктері де әртүрлі. Сондай-ақ аймақтардың әлеуметтік-экономикалық дамуы деңгейіндегі саралаулар да жетіліп  келеді. Бір сөзбен айтқанда, аймақтар әлеуметтік-экономикалық және инновациялық-өнеркәсіптік кластерлер қалыптастырудың базасы бола отырып, тұтас ұлттық экономика мен тұрғындар тұрмысының сапасының инновациялық дамуы мүмкіндігін қамтамасыз ете алады. Бұл, әрине,     әуелгіде инновациялық дамудың аймақтық мүмкіндіктеріне сүйенетін ұлттық инновациялық жүйені қалыптастыру қажет екендігін байқатып отыр. Мұндай мүмкіндіктер индустриялық-инновациялық дамудың аймақтық стратегияларын жасақтау үдерістері кезінде анықтала түседі. Бұл стратегиялар білімнің, ғылымның және өндірістің тығыз интеграциялануына мүдделі болуы керек. Бұл ретте жоғары білім беретін оқу орындары, академиялық және салалық ғылымдар жетекші буынға айналады. Жаңа білімнің бастау көздері, міне, осылар. Бұл білім инновацияны өндіріс пен қызмет салаларына енгізудің негізгі базасы болып табылады. Ғылыми-инновациялық ізденістерге ақпараттық технологияны енгізу инновациялық үдерісті жеделдете түседі. Бұған ақпарат тасқындарын өңдеу уақытын үнемдеу және арзандату есебінен, яғни жаңа өзгерістерді жасақтауды тездету арқылы қол жетеді. Әрине, интеллектуалдық меншік хұқығын жасақтауда және ғылыми-инновациялық қызметтерді ынталандырудың экономикалық тетіктерін ойластыруда қиындықтар кезігуі мүмкін. Аймақтық инновациялық-өнеркәсіптік бағдарламаларды қалыптастырудың негізі мемлекеттік-жеке әріптестікке сүйенуі тиіс. Бұл мемлекеттік билік органдары мен жеке корпоративтік құрылымдар — шаруашылық жүргізу субъектілері арасындағы алуан түрлі келісім-шарттар формалары арқылы жүзеге асар еді.[5]

Инновациялық салада (бұл, ең алдымен, біз ұсынып отырған, жоғары оқу орындарының, салалық және академиялық ғылымның инновациялық әлеуетін тартуды қажет ететін инновациялық жобалар)  ынталандырушылық рөлді **венчурлық капитал** атқарар еді. Осы капитал ғана, әлемдік тәжірибе көрсетіп отырғандай,  ғылым мен техниканың мүмкіндігінше перспективалы, үдемелі бағыттарының индикаторы бола алмақшы. Бұл ретте Республика Үкіметі мен облыстық мәслихаттардың венчурлық инвесторлармен қарым-қатынасы белсенді болуы керек. Ал бұлай болуы үшін өнеркәсібі дамыған елдердің тәжірибесіне жүгініп, олар жиі пайдаланатын төмендегідей модельдерді қолдануға болады.

**1. «Қорлардың қоры» моделі** — мемлекет ұлттық венчурлық қор қалыптастырып, оның қаржысы кейін аймақтық қорлардың қызметіне жеке инвесторлар қаржысы тартылатын аймақтарға бөлініп беріледі. Мұндай модель экономиканы мемлекеттік қормен мығым реттеп отыратын көптеген елдерге тән. Соның ішінде Израиль тәжірибесі ең сәттілерінің бірі болып есептеледі. Бұл елдегі «қорлардың қоры» — Yozma — басқа елдердегі тәжірибелерді мұқият талдау арқылы, бірте-бірте, ұзақ мерзім бойы құрылды.

**2. «Пилоттық аймақ» моделі** — тоқыраудағы аймақтары бар елдерге тән. Бұл ретте екі стратегия қолға алынуы мүмкін:

* Мемлекеттік капиталдың қатысы бар венчурлық қор (және аймақ

бюджетінен түсетін инвестиция) елдің экономикасы әжептәуір дамыған аймақтарында құрылады (мысалы, Испаниядағы Каталония, Италиядағы Пьемонт пен Ломбардия). Кейін келе венчурлық капитал басқа аймақтарға да телінеді, сөйтіп, тоқыраудағы аймақтарды «рыноктық жетектеу» дамыған аймақтардың капиталы есебінен жүзеге асады;

* Мемлекеттік капиталдың қатысы бар венчурлық қор (және венчурлық

инвесторларға арналған кепілдеме жүйесі) тоқыраудағы аймақтарда (мысалы, Франциядағы Тулуза, Италиядағы Сардиния) құрылады, мұнда венчурлық капитал негізінде жоғары технологиялық кластерлер қалыптасады. Міне, осылайша венчурлық капитал негізінде тоқыраудағы аймақтарды «рынокқа итермелеу» әрекеті қызмет етеді. Бұл екі стратегия бір мезетте қолданылу жағдайлары да аз кездеспейді. **3. «Аймақтық венчурлық компаниялар» моделі** кәсіпкерлікке сүйенген елдерге тән. Ең жарқын үлгі — АҚШ-тың шағын бизнестік инвестициялық компаниялары. Олар мемлекеттік капиталдың қатысуымен құрылады (штаттар бюджеттерінен қржыландырылады), бірақ жеке инвестициялар тартылып, тәуелсіз кәсіби басқарушылар арқылы басқарылады. [6] Территорияларды дамытудың стратегиялық бағдарламалары шеңберінде **«аймақтық инновациялық жүйені** орнықтыру мен дамыту» бөлімін қарастыру керек. Ол басқа бөлімдермен байланыста болуы тиіс. Инновациялық бөлімді технологиялық қалыптастыру осыған сәйкестенетін аймақтарды әлеуметтік-экономикалық дамыту жоспарын жасақтаумен ұқсас және осы құрылыммен мазмұндалады. Ол инновациялық әлеуетті бағалаудың мәрелік жағдайлары және орнықтанудың алғашқы белгілері арқылы, сондай-ақ аймақтық инновациялық жүйенің дамуы бойынша талданады. Бұған сондай-ақ ғылыми-инновациялық қызметтерді ынталандарудың экономикалық механизмдері, әртүрлі бағыттағы мақсатты инновациялық бағдарламалар мен ғылымға негізделген инновациялық технологияларға арналған мейлінше тиімді трансферлер (ақша аударымдары) енеді. Бәсекелестің сипаты мен деңгейін анықтау үшін автор компанияның бәсекелестік стратегияларын  жоспарлауға қатысты М. Портердің «Бәсекелестіктің бес күші» моделін май өнімдерін өндіру саласында қарастырды. М. Портер моделіне сәйкес бәсекелестік стратегияларды құру екі кезеңнен тұрады: кәсіпорын әрекет ететін саланы талдау және сол саладағы бәсекелестер  жайғасымын анықтау. Бұлар:

1) жаңа бәсекелестер пайда болу қауіп – қатері;

2) алмастыру – тауарлар пайда  болу қаупі;

3) жинақтаушы бұйымдар жеткізушілерінің саудаласу қабілеттілігі;

4) тұтынушылардың саудаласу  қабілеттілігі;

5) әрекет етуші бәсекелестердің өзара бақталасуы.

Портердің бірінші бәсекелестік күші – сала  ішіндегі   компаниялардың  өзара бәсекелесуі. Аталған  бес күштің ішіндегі  ең маңыздысы нарықта қазір жұмыс істеп жатқан  компаниялардың бәсекелестігі.  Нарықтағы  бәсекелестік  салада жаңа бәсекелстік артықшылықтың пайда болуына компанияның реакциясы ретінде жүреді.  Бәсекелестік  артықшылық  фирманың  жаңа бәсекелестік  стратегиясы арқылы  қамтамасыз етіледі.

Нәтижесінде бәсекелестер өз стратегияларын  өзгертулері немесе оны қайта құрулары қажет  болады. Сала ішіндегі бәсекелестік  мәселелерін  зерттей  келек, бәсекелестік  күрестік  негізгі  құралдары  және  бәсекелестікті  ушықтыруға  әсер ететін  факторлар  келесідей  деген  пікірге  келеміз. Автор  жүргізген  бәсекелестік  түрін  талдаулар  көрсетуі бойынша саладағы  бәсекелестік ортаның  белгілі бір  деңгейлері бар.[7]

Бәсекелестік  күресте  сапа дейңгейі  шамамен бірдей болғандықтан (МЕМСТ сай болуы) артықшылық алу ең алдымен  зауыттың  ресурстармен қамтамасыз етулі дәрежесіне және оларды рационалды пайдалануына байланысты болады. М. Портер  үлгісіндегі екінші күш – сала ішінде  бәсекелестердің  пайда болуы. Салаға жаңа  өндірістік қуат әкелетін және  нарықтан өз үлесін алғысы келетін жаңа бәсекелес – фирмалардың пайда  болуы   тауар ұсынысын көтереді де бағаға қысым көрсетеді. Жаңа бәсекелестердің  пайда болуы екі факторға байланысты: сұраныстың көбеюі және экономика заңдылығына сәйкес бағаның көтерілуі жаңа бәсекелестерді  шақыру сигналы бола алады; нарыққа ену барьерінің  деңгейі және сол нарықта жұмыс істеп жатқан компаниялардың жаңа бәсекелестерге  реакциясы. Нарыққа енуге кедергі келтіретін барьерлері:

- өндіріс масштабы: жаңа енген компания бірден көп көлемді өнім шығаруы керек, сәйкесінше үлкен шығындарды қажет етеді. Ал нарықта артық тауар көлемі пайда болып бұрыннан жұмыс істеп жатқан кәсіпорындарға қауіп-қатер туғызуы мүмкін;

- технология мен ноу-хауға кол жеткізе алмау;

- «тәжірбие оқыту қисығынын» эффектісі. Өндіріс шығындарын азайту сол тауарды өндіру тәжірбиесіне байланысты;

- айтарлықтай мөлшерде капитал салымын қажет етеді,

- өткізу арналарын білмеу;

- бақылаушы органдар іс-қимылдары;

- тарифтік және тарифтік емес шектеулер болуы мүмкін.

Осының барлығын ескеретін болсақ бұл салада жаңа бәсекелестердің пайда бола қоюы қиын.[8]

Қол жетерлік және бәсекеге қабілетті тауар-субституттардың болуы өнеркәсіптік кәсіпорындарға тұтынушыларды сол ұқсас тауарларға кетіп қалмауы үшін ұстап тұрарлық жаңа бағалық, ынталандырушылық жылжыту шараларын ұйымдастыруды талап етеді. Бірақ жаңа баға төмендетуі сәйкесінше пайда деңгейін төмендетуге, ал ынталандыру немесе жылжыту шараларына қосымша шығын қажет етіледі. Ол өз кезегінде бағаны жоғарылатуға әкеледі. Яғни екі жақты әсер береді. Ол мәселені шешу үшін өндіріс шығындарын азайтудың жолдарын іздестіру қажет. Алмастырушы тауарлардың пайда болуы тұтынушыларға олардың бағасын ғана емес, сонымен қатар сапалық қасиеттерін салыстыруға итермелейді. Алмастырушы тауарлар бағасынын төмен болған сайын, тұтынушы шағаратын шығыны азаяды, яғни алмастырушы-тауар тарапынан бәсекелестікке әсері күшейеді. Бәскелестіктің бес күші үлгісі саланың келесідей экономикалық сипаттамаларын талдауға мүмкіндік береді: нарық өлшемін (жылдық табыс, жалпы өндіріс көлемі, сату  өсу қарқыны); нарыққа ұсынылып отырған тауардың өміршендік кезеңіне (ену, өсу, кемелдену және құлдырау); саладағы бәсекелестер санына (ұқсас тауар өндіруші компаниялар саны); нарықтан әр компанияның нарық үлесіне; салаға кіру барьерінің деңгейіне; саладағы инновация деңгейіне: нарықта ұқсас тауарлардың шығу жиілігі, технологияның өзгеру дәрежесі; шығындарды қысқару мүмкіндігіне: өндіріс масшабында, жеткізушілерге, өндірістік қуаттың толық жұмыс істеуіне  және «тәжірбие  қисығына»; саланың пайдалылығына; сұраныстың икемділігіне.[9]

Бәсекелестік саясаттың мақсатын құра отырып, компания келесілерді аныктауы тиіс:

- шығуы мүмкін нарық масштабы (локальді, ұлттық, аймақтық немесе әлемдік);

- нарықты өңдеу мөлшері (бір немесе бірнеше сегмент, барлық нарық);

- стратегияның алғашкы мақсаты (нарық үлесін немесе пайданы өсіру).

Сонымен саладағы жайғасымды бәсекелестік артықшылық береді. Бәсекелестік артықшылық екі негізгі түрге бөлінеді:

- төмен шығынды;

- тауарды түрлендіру.

Осы екі стратегиялық бағыттар негізінде төрт базалық страгегия құрылады:

- шығындар үнемдеу есебінен көшбасшылық;

- түрлену;

- түрленуге шоғырлану;

- шығындарға шоғырлану.[10]

Белгілі ғалым Ж.Ж. Ламбен бәсекелік артықшылықтарды сыртқы және ішкі деп бөледі. Бәсекелік артықшылық «сыртқы» болады, егер тұтынушы үшін құндылық  беретін тауардың ерекше сапаларына негізделсе. Сыртқы бәсекелестік артықшылык фирманың нарықтық күшін өсіреді. Сыртқы бәсекелік артықшылықтан туындайтын стратегия – бұл фирманың маркетингтік нау-хоуына, қазір нарықта бар тауарларға риза емес тұтынушылар үмітін қанағаттандырудағы артықшылықтарына сүйенетін түрлендіру стратегиясы.

Бәсекелестік артықшылық іштен пайда болады, егер ол бәсекелестарге қарағанда төмен деңгейлі өзіндік құнға жеткізетін «өндіруші үшін құндылықты» құратын фирманың немесе тауардың менеджменті, өндіріс шығындарына қатысты артықшылық алатын болса. Төменгі шығындар стратегиясына бағытталған кәсіпорындар қымбат емес, бірақ салыстырмалы  түрде сапалы жаппай тұтыну өнімдерін өндіреді. Бұл стратегияны қоланып салада лидер болу үшін  өндіріс пен тауар сату тораптырының мөлшерлері, ресурсты үнемдеуші технологияларды қолдану,  
шығындарға қатаң бақылау орнату, нарықтың үлкен үлесін иемдену тұрығысынан оңтайлы  шығындарды   қажет етеді. Шығындар бойынша лидерлік стратегиясын іске асыру фирма басшылығынан бәсекелестерге қатысты шығындар деңгейін төмендетуге мүмкіндік беретін жаңа технологиялық шешімдер қабылдауды талап етеді. Шамадан тыс шығындарды төмендету тұтыншыларды шошытатындай сапасыз тауарларды ұсынуға әкеліп соқпауы қажет.[11]

## Майкл Портер бойынша бәсекелестіктің бес күші.Майкл Портердің бес бәсекелестік күші компания үшін қазіргі индустрияның тартымдылығын анықтау үшін өте ескі және белгілі модель болып табылады. Сонымен қатар, сіз компанияға тап болатын ықтимал қауіптер мен проблемаларды анықтай аласыз, сонымен қатар, Портер моделі компанияға неғұрлым тиімді ұстанымды алуға мүмкіндік беретін бәсекелік артықшылығын табуға көмектеседі. Әрине, бірқатар түзетулерді жасау керек - бұл болашақ дамудың негізі болатын үлгі ғана.

## Портер бұл күштерді «макроэкономика» терминіне кіретін көптеген факторларға қарсы «микро орта» деп атайды. Mакро орта компаниялардың өз тұтынушыларына қызмет көрсетуге және пайда табу мүмкіндігіне әсер ететін күштерден тұрады. «Микро ортадағы» кез-келген күштердің өзгеруі әдетте компанияны индустрия мен нарықта өз орнын қайта қарауды талап етеді. Өнеркәсіптің жеткілікті тартымдылығы ол кез-келген компания бірдей пайдаға ие болатынын білдірмейді. Компаниялар өздерінің негізгі құзыреттерін, бизнес модельдерін немесе сатылым желілерін салалық орташадан артық табыс табу үшін пайдаланады. Жақсы мысал - жолаушылар әуе тасымалы нарығы. Кірістілік жеткіліксіз болатын салада, бірегей бизнес-модельдер салдарынан сала бойынша орташа табысқа қарағанда жоғары пайда алатын компаниялар бар. Стратегиялық кеңесшілер кейде «Бес Портер Күштерінің Талдауы» құрылымын пайдаланады, бұл салада компанияның стратегиялық жағдайын сапалы бағалау. Дегенмен, көптеген кеңесшілер үшін бұл әдіс қолдануға болатын құралдар немесе техникалар тізіміндегі тек қана бастапқы нүкте болып табылады. Барлық жалпылама әдістер сияқты, ерекше жағдайларды және ерекшеліктерді ескермейтін талдау жеңілдетілген деп саналады. «Портердің бес күштерін талдау» құрамына «көлденең» бәсекелестіктің үш күші кіреді: ауыстырылатын өнімдердің пайда болу қаупі, жаңа ойыншылардың қауіпі, бәсекелестік деңгейі; және «тік» бәсекелестіктің екі күші: жеткізушілердің нарықтық қуаты және тұтынушылардың нарықтық қуаты.

## Портердің айтуынша, бес күштің моделі тек тұтастай өнеркәсіп үшін ғана пайдаланылуы керек. Модель өнеркәсіп саласы немесе бір саланың кез-келген бөлігі үшін пайдалануға арналмаған. Бір салада бизнес жүргізуді жүзеге асыратын компания осы салаға кемінде бір «Портердің бес күштерін» талдауға тиіс. Портер корпоративті стратегияның басты іргелі мәселесі әртараптандырылған компаниялар үшін компанияның бәсекеге түсетін салаларды (бизнес желілерін) таңдау екенін көрсетеді; және әрбір бизнес желісі үшін салаға тән бес күшін талдау қажет. Орташа алғанда, Жаһандық 1 000 рейтингі бар компаниялар шамамен 52 салада бәсекеге түседі (бизнес желілері). Портердің бес күштерін талдау - Портердің барлық стратегиялық үлгілерінің бір бөлігі ғана. Қалған элементтер - «құндылықтар тізбегі» және «модельдік стратегия». Портердің бес күші:

## 1. Ауыстырылатын өнімдердің пайда болуы қаупі

## 2. Жаңа ойыншылардың қаупі

## 3. Жабдықтаушылардың нарықтық қуаты

## 4. Тұтынушылардың нарықтық қуаты.

## 5. Бәсекелестік деңгейі

## 1-суретте көрсетілген Портер моделінің бес күші нарықтағы бәсекелестік жағдайларды диагностикалау және әрқайсысының қаншалықты маңызды және тиімді екендігін бағалау үшін қуатты құрал болып табылады. Бұл бәсекелестікті талдаудың ең танымал әдісі, ол практикада қолдануға оңай.[12]

## 1. Ауыстырылатын өнімдердің пайда болу қаупі

## Ауыстырылатын өнімдердің болуы, бағалардың өсуіне байланысты сұраныстың икемділігіне байланысты тұтынушыларға бейімділік.

## · Ауыстырылатын өнімдерді сатып алуға тұтынушылардың бейімділігі;

## · Ауыстырылатын өнімдердің бағасы мен сапасын салыстыру;

## · Тұтынушы үшін ауыстырылатын өнімге ауысу құны;

## · Өнімнің саралану деңгейін анықтау.

## 2. Жаңа ойыншылардың пайда болу қаупі

## Жоғары пайда әкелетін нарықтар жаңа ойыншыларды тартады. Нәтижесінде көптеген жаңа ойыншылар пайда табады. Егер сіз жаңа ойыншылардың кіруіне тосқауыл қоюға немесе кедергі жасауға әрекет жасамасаңыз, пайда бәсекелестіктің өсуімен дәйекті түрде төмендейді (керемет бәсекелестікті қараңыз).

## · Кіру кедергілерінің болуы (лицензиялар, патенттер, авторлық құқық және т.б.)

## · өнімнің саралануы үшін шығындардың қажеттілігі

## · бренд құндылығы

## · коммутация немесе қайталанбайтын шығындардың құны

## · жаңа ойыншылардың бастапқы шығыны

## · таратуға қол жеткізу

## · Құны артықшылықтары

## · білім алу қисықтары бойынша артықшылықтар

## · ескі ойыншылардың күтілетін жауаптары

## · үкіметтің және / немесе басқа нарықтық реттеушілердің реакциясы.

## 3. Жабдықтаушылардың нарықтық қуаты

## Шикізат, компоненттер, еңбек және қызметтерді жеткізушілер компанияның қызметіне әсер етуі мүмкін. Жеткізушілер компаниямен жұмыс істеуден бас тартуы мүмкін немесе, мысалы, бірегей ресурстарға тым жоғары баға айтуы мүмкін.

## · коммутациялық жабдықтаушылардың құнын және компанияны ауыстыру құнын салыстыру

## · шикізат пен шикізатты саралау дәрежесі • жеткізушілердің алмастырғыштарының болуы

## · жеткізушілердің концентрациясын және компанияның концентрациясын салыстыру

## · жұмыс күшінің ынтымағы (мысалы, кәсіподақ қызметі)

## · өнім берушілердің ықпалдасу қаупі компанияның интеграциясына әсер етуі мүмкін

## · шикізат пен шикізаттың өзіндік құнын салыстыру және компанияның өнім бағасын салыстыру.

## 4. Тұтынушылардың нарықтық қуаты

## Компания тұтынушыларының әсер ету қабілеттілігі, сондай-ақ тұтынушылардың бағалардың өзгеруіне сезімталдық реакциясы

## · тұтынушылардың концентрация деңгейіне шоғырлануы

## · қолданыстағы тарату арналарына тәуелділік дәрежесі

## · тұтынушылардың саны

## · тұтынушыны ауыстыру құнын және компанияны ауыстыру құнын салыстыру

## · тұтынушылар үшін ақпараттың болуы тік интеграция (тік интеграцияланған холдингтер құрылысы) мүмкіндігі

## · қолданыстағы ауыстырылатын өнімдердің болуы

## · тұтынушылардың бағалық сезімталдығы

## · компанияның өнімдерінің айрықша артықшылықтары (бірегейлік).

## 5. Бәсекелестік сайыс деңгейі

## Саланың көптеген салалары үшін бұл салада бәсекелестік деңгейіне әсер ететін фактор болып табылады. Кейде ойыншылар агрессивті бәсекелеседі, ал кейде инновация, маркетинг және т.б. сияқты бәсекелестердің бәсекеге қабілеттілігі төмендейді.

## · бәсекелестердің саны

## · нарықтың өсу деңгейі

## · нарықтың қанықтылығы критерийлері

## · саладағы кедергілерді жою, бәсекелестердің ерекшеліктері, бәсекелестердің жарнамалық шығындар деңгейі

## · бірінші тұлғалар мен бәсекелестердің акционерлері.[13]

## Сурет 1. Майкл Портердің бес бәсекелестік күші

## Портер бәсекелестік артықшылықтарлың нақты орналасқан жеріне байланысты олардың сипатын айтатын «Бриллиант» моделін ұсынды. Бәсекелестік артықшылықтары, М.Портердің пікірінше, орналасуы аймақтағы өнімділігін жоғары деңгейіне қол жеткізу үшін көрінісін береді болып орта, сондай-ақ болып табылады. Бұл ереже, соның салдары ретінде, олардың бақыланады облысында осындай ортаны құру мемлекеттің рөлін жоғары тану әкеледі. өндіріс факторларының жері артықшылықтары сапасы факторлар және олардың мамандану негізделген. (сурет 2)

## «М.Портердің бриллианты» атты үлгісінде сұраныс күйі келесі сипаттамалармен анықталады:

## ♦ тұтынушылардың болуы;

## ♦ жаһандық деңгейде қызмет көрсетуге болатын мамандандырылған сегменттерде ерекше сұраныстың болуы;

## ♦ басқа аймақтардағы қажеттіліктерді болжайтын тұтынушылардың қажеттіліктерінің болуы.

## «Байланысты және қолдау көрсететін салалар» блогы бөлек оқшауланған салаларға қарағанда, кластердің бар болуы тиіс жергілікті жеткізушілерді қамтиды. М.Портердің бәсекелестік теориясының маңызды постулаттары - елдегі бәсекелестіктің жоғары деңгейі оның бәсекелестік артықшылықтарын нығайтады және оны дамытудың қажетті шарты болып табылады. Осылайша, М. Портер соңғы 30 жылда жарияланған шығармаларында өте үйлесімді және толығымен бәсекелестік теориясын ұсынды. Олар ұсынған модельдер мен құралдардың маңызды ерекшелігі - қазіргі заманғы тенденцияларды ескере отырып, ең алдымен бәсекелестіктің жаһандануын есепке ала отырып жаңартуға қабілеттілігі.

## 2006 жылы М.Портерді біздің еліміздің бәсекеге қабілеттілігін анықтау үшін Ресей Федерациясының Үкіметі шақырды. Ол Ресей Федерациясындағы бәсекелестіктің деңгейін өте төмен деңгейде бағалайды және ірі мемлекеттік компанияларды құру ниетімен теріс байланысты. Портер болашақ шағын шығындарға, жоғары икемділікке және қоршаған ортаның жағдайына бейімделуіне мүмкіндік беретін ұсақ мобильді компанияларға арналған деп мәлімдеді.

## Бүгінгі таңда, ең ресейлік компаниялар әлеуетті бәсекелестер оларды тартымсыз етеді жазбаға жоғары кедергілерді немесе бар тар нарықтық тауашаларды, табыстылық деңгейі төмен, жұмыс істейтін, олар тек ішкі немесе аймақтық нарықтарда көңіл фактісі байланысты бәсекелестік қысым сезіндім емес . Жоғары экономика мектебінің 2006 жылы өткізген сауалнамасына сәйкес, өндіріс кәсіпорындарының 20% -ы бәсекелестікті сезінбейді, 29,7% -ы ресейлік бәсекелестерге ие. шикізат, энергетика, еңбек - факторлар ресурстарының төмен баға бәсекелестік артықшылықтары болып табылады.

## Бәсекелестіктің негізгі факторы, тиісінше, саланың табыстылығына одан әрі төмен әсер ететін баға болып табылады. Импортпен ғана бәсекелестік ресейлік өндірушілерді жаңа өнімдерді дамыту және сапасын арттыру жолымен өнім ұсынысының сапасын жақсартуға бағытталған инновацияларға ынталандыратын себеп ретінде қызмет етеді. Жаһандану жағдайында және экономиканың ашықтығы деңгейін көтеруде бәсекелестік деңгейі артып келеді, бұл ресейлік компаниялардың бәсекелестік стратегиясына әсер етуі тиіс. Алайда қазіргі экономикалық дағдарыс бәсекелестік қатынастарды дамыту үдерісіне белгілі бір түзетулер енгізді. Протекционизмнен бас тарту талаптарына қарамастан, іс-шаралар ішкі нарықты қорғау үшін, барлық дерлік G20 елдерде қабылданды. Ресейде 2009 жылдың сәуір айының аяғында мемлекеттік бюджет комиссиясы 2010-2012 жылдарға арналған кедендік-тарифтік саясаттың негізгі бағыттарының жобасын мақұлдады. Ресейлік өндірушілерді қолдау шаралары ішкі нарықта олардың өнімдерінің бәсекеге қабілеттілігіне байланысты: өнімнің бәсекеге қабілеттілігі неғұрлым төмен болса, шетелдік бәсекелестер үшін импорттық баж салығы неғұрлым жоғары болады. ең қорғау өнім топтарын алуға, ішінара бәсекеге қабілетті және бәсекелес емес деп таныды. Бұл санаттағы барлық дерлік халқтық қолданыс тауарлары, және өнеркәсіптік техника енгізілген. Таяу болашақта бәсекелестіктің қарқындылығын арттырудың негізгі көзі шетелдік компаниялардың Ресейде өндірісі болып табылады.[14]

- Инвестицияның лайықты түрлерін және үздіксіз жетілдіруді ынталандыратын жергілікті контекст- Жергілікті бәсекелестер арасындағы өткір бәсекелестік

## Сурет 2. «М.Портердің бриллианты» модель

## Әлеуметтік-экономикалық жоспарлаудың шетелдік тәжірибесі. Басқа елдердегі жоспарлау тәжірибесін біздің әлеуметтік-экономикалық жағдайымызға өзгертпей көшіріп алу мүмкін емес. Бұл келесі объективті сипаттағы себептерге байланысты:

1. республика   басқа   елдерден   саяси,   табиғи-экономикалық, әлеуметтік-демографиялык, этно-мәдени және тағы да басқа себептерге байланысты өзгешеленеді;

2. қазіргі Қазақстан жағдаиында біз ұлттык экономиканы кұру процесіндеміз   және   де   әлемдік   экономикалық   тарихта   әкімшілік-жоспарлык шаруашьшықтан нарықтық экономикага өткен бізге ұқсас бір ел жоқ;

3. басқару жүйесі мен шаруашылықта негізгі өзгерістер белгілі бір себептерге      байланысты     тиісті      негіздеусіз      жүргізіледі     және «революциялык»     көрініс     табады,     ал     нарыктык     экономиканы мемлекеттік реттеу шаралары олардьщ эволюциялык даму «нәтижесі» болып табылады.

Бірақ та шет елдер тәжірибесін ғылыми қорытындылау кажеттігі келесі жагдайлар бойынша түсіндіріледі: біріншіден, экономиканы мемлекеттік реттеудің кағидалары мен жүйесінің тұжырымдамалы негізін, түбірін анықтауға мүмкіндік туады, екіншіден, аралас экономиканың жалпы заңдылыктарын аныктау мүмкіндігі туады, және де бұл Қазақстан жағдайында мемлекеттік реттеудің механизмдерін «түйістіруге» мүмкіндік жасайды, үшіншіден, мұндай толықтыру мемлекеттік реттеудің нәтижелерін салыстырып талдауға мүмкіндік береді және де керек болған жағдайда экономикалық реформаларды құруды, әлемдік шаруашылык процеске республиканың араласу мөлшерін ескере отырып, реформаларды дұрыс жолмен жүргізуге мүмкіндік береді. Әлеуметтік-экономикалык процестерге мемлекеттің араласу тәжірибесін үйренуден шығатьш қорытынды — көптеген алдынғы қатарлы елдерде экономиканы мемлекетгік реттеудің негізгі кұралдары ретінде халык шаруашылығы дамуының мақсаттары мен басымдылыктарын анықтау, болжау, жоспарлау, бағдарлама жасау қарастырылады. Осыған байланысты, шет елдердің жоспарды жасау және колдану тәжірибесін зерттеу өте мацызды. Өнеркәсібі дамыған елдерде (АҚШ, Франция, Ұлыбритания, Германия, Қытай) индикативті жоспарлау — нарықтық экономиканы мемлекеттік реттеуші тәсілінің бірі болып  жоғары нәтижесін дәлелдеді және осы елдердің тәжірибесі белгілі бір кызығушылық туғызады. Капиталистік елдерде  бағдарламалаудың алғашқы кезеңдерінде экономиканы басқарудың саларалық қағидасы қолданылды. Францияда дайындалған саларалык бағдарламалар барлык шешуші экономикалык салаларды қамтиді және олардың дамуын маңызды және тұтастай болжауда үлкен рөл аткарады. Бұл тәжірибе біздің жағдайға пайдалы болар еді. Нарыктық жүйеге көшуге байланысты эйфория халық шаруашылық мәселелерін тиімді шешу жолдарын кейінге қалдырады. Францияда ағымды, орта мерзімдегі жоспарлаудың ғылыми-әдістемелік және ұйымдастырушылдық мәселелерін арнайы мемлекеттік органдар шешеді, бұл кызметті Жоспарлау бойынша Комиссириат жүргізеді. Реттеуші органдардың басты міндеттерінің бірі аймактардьщ үйлесімді кешенді дамуын қамтамасыз ету. Мысалы, Францияда 1982 жылы жүргізілген реформалардың нәтижесінде аймақтық шаруашылык жүйесін басқару иерархиясының үш деңгейінің функциялары ажыратылған (коммуналдар, департаменттер және аймақтар). Ал департамент құрамына кіретін кантондар мен аудандардың өзіндік даму мәселелерін шешуде күкықтык және ұйымдастырушылык тәуелсіздігі жоқ. Халық шаруашылығында аймактық мәселелер мен оларды салалық эконо.микамен үйлесімді байланыстыруға Швециянын, Англияның, Германияның және де баска дамыған нарықтық жуйедегі елдердің көптеген үкіметтік шешімдері арналған. Бұл шешімдердегі басты ой, жергілікті билік органдары езінің әлеуметгік-экономикалык саясатын жүргізе отырып жалпы мемлекеттік және макроэкономикалык мақсатқа жету.[15]

Көптеген елдердің жоспарлау тәжірибесін қорытындылай келіп американдық маркетинг маманы Мелвилл Бранч маркетинг кызметін жетілдірудің бірнеше колайлы жақтарын бөледі. Соның ішінде жоспарлау:

1. басшылардың   үнемі   болашақты   ойлауын   ынталандыруға мүмкіндік береді;

2. мемлекет     және     шаруашылық     жүргізуші     субъектілер қолданылатын шараларды үйлестіреді;

3. көрсеткіштерді     анықтау     және     олардың     орындалуын қадағалауга жол ашады;

4. алдагы   мәселелердің   және   саяси   ұстанымдардың   нақты анықталуын талап етеді;

5. шұғыл өзгерістерге дайындықты күшейтеді;

6. барлык  кызметкерлердің  міндеттерінің  өзара  байланыста. қарым-қатынаста екенін көрсетеді.

Аталған пунктерден ең маңыздысы ретінде бірінші, екінші және алтыншыны айтуға болады, өйткені қазіргі жағдайда жоспарлауда осы 3 пункт жетіспейді немесе өте аз колданылады. Қарастырылып отырған мемлекеттердің тәжірибесінен мемлекеттердің экрномикасын реттеудегі күшті тетіктерінің бірі каржы-бюджет ресурстарын пайдалану және салық жинау механизмі болып табылады. Осы механизмдерді негізге ала отырып, бірнеше тұжырым жасауға болады, Біріншіден, бюджеттік қаржьшен каржыландыру арқылы (субсидиялар, дотациялар, субвенциялар, бюджет шығындарын жоспарлау) халык шаруашылыгының басымдылықтарын және білімді көп қажет ететін салаларды жылдам дамыту мәселелері шешіледі. Италияда, Норвегияда, Данияда, Швецияда мемлекеттік бюджет арқылы ұлттық табыстын үлесі 50 пайыздан жоғары, ал Францияда 50 пайыз шамасында. Екіншіден, кұрылымдык-инвестициялық саясатты жүзеге асыру үшін салык салу механизмі үлкен ролді атқарады. Бұл механизм арқылы шаруашылық жүргізуші субъектілердің кызығушылығын артгыруға болады, өйткені олар өндіріс және өнеркәсіп салаларының тез дамуына әкеледі. Ол деген импортты ауыстыратын және бәсекеге түсе алатын түрлі тауарларды шығару. Үшіншіден, мемлекет әлеуметтік және ғылым салаларына шығындарын азайтпауы қажет. Шығындарын азайтып бұл салалардағы сұранысты қанағаттандыра алмаса, ол қайтадан шығындалуға мәжбүр болдаы және бұл жерде екінші шығын бірінші шығыннан өте үлкен болады. Австрия, Италия, ФранцІІя үкіметтерінін баға деңгейін реттеу АҚШ елімен салыстырғанда өте қатал тәртіппен және арнаулы экономиканы баскзру органдармен жүзеге асырылады. Мысалы, Францияда мемлекеттік баға реттеу қызметтері бәсекелестік Кеңес арқылы жүргізіледі және халык шаруашылығындағы бағаның бестен бір бөлігін қамтиді.[16]

Мемлекеттік баға реттеудің басты объектісі ауыл шаруашылық өндірісі болып табылатынын бүкіл дүниежүзілік тәжірибе көрсетіп отыр. Ғылыми талдау шаруашылык өндірісінің бірқатар ерекшеліктерін бөліп көрстетеді.

Біріншіден, ол табнғи-климаттык жағдайға байланысты. Бұл тәуелділік фермердің және аграрлы сектор субъектісінің табнғи-климаттык фактордың қолайсыз жағдайда да табыс пен пайда табуын объективті және өзекті проблемаға айналдырады. Оны шешуде басты рөл ауыл шаруашылық өнімдеріне бағаны мемлекеттің реттеуі және сол механизмдер аркылы ауыл шаруашылық жұмыскерлерінің арқылы ынталандыру. Екіншіден, тұрғыидардың тамақ өнімдеріне кажеттілігін уақытында қа-мтамасыз етілуіне ауыл шаруашылықөнімдерін табиғи өңделген түрлеріне негізгі көңіл белінеді. Әлеуметтік түрдегі міндеттерді шешуде және тұрғындардың емірін қамтамасыз етуден ауыл шаруашылык өнімдеріне бага кұру процессіне негізгі мемлекеттік баскару органдары шеттеп түра алмайды. Осындай объективті араласу әр түрлі басымды механизмдерде әкімшілік, экономикалық, тікелей, жанама, құкыктык және аймактық реттеуде орын алады. Олар көбінесе әр елдің әлеуметтік-шаруашылық, құрылымдық ерекшеліктеріне байланысты.[17]

**Қорытынды**

Осылайша, оның тұрғысынан бәсекеге қабілеттілік нақты салалардағы табысты немесе сәтсіздіктерді және ел әлемдік экономика жүйесіндегі орынды анықтайды, ал ұлттық бәсекеге қабілеттілік индустрияның үнемі инновацияларды дамытуға және шығаруға қабілеттілігімен анықталады. Бастапқыда ұлттық компаниялардың бәсекелестік артықшылығы олардың бәсекелесетін негіздерін өзгерту арқылы жүзеге асырылады. Осындай артықшылығын сақтау үшін бәсекелестер оларды қуып жету мүмкін емес, сондықтан оларды өнімді, өндіріс режимін және басқа да факторларды үнемі жақсартуға мүмкіндік береді.

Бәсекелістік деген тұрақтылық емес, әрдайымғы өзгеріс болып табылады. Сондықтан, бәсекелі басымдықтың түсіндіру жаңаруын және жетілдіруді (яғни, инновация өндірісін ынталандыру) ынталандыру еліміздің рөлі болып табылады. Осылайша, ол бәсекеге қабілетті құру және сақтау процесі өте жерсіндірілген көрінеді. түрлі дәрежеде елдердің олардың мәдениеті экономикасы, халықтың, инфрақұрылым, басқару, ұлттық құндылықтар мен тіпті тарих-бұл барлық айырмашылықтар, отандық фирмалардың бәсекеге қабілеттілігін әсер етеді және нақты, жергілікті жағдайларға байланысты факторлардың жиынтығымен анықталады.

М.Портер ұсынған бәсекелестіктің негізгі стратегиясы кәсіпорынның нарықтағы бәсекеге қабілеттілігінің негізі болып табылады және бәсекелестерден артықшылықтарды қамтамасыз ету схемасын сипаттайды, бұл кәсіпорынның стратегиялық бағдарларында орталық нүкте болып табылады. Дұрыс таңдаудан кейінгі барлық маркетингтік акцияларға байланысты. Бұл процедураны мұқият негіздеу қажеттілігін анықтайды. Негізгі бәсекелестік стратегиясын таңдамас бұрын зиянды стереотиптерді, мөртабандарды және қателерді жою қажет.

Ең алдымен, жоғарыда айтылған бәсекелестік тұрғысынан қандай нарықтың ең перспективалы екендігіне қатысты қате түсінік бар. Жиі тартымды нарықтардың бәрі жылдамырақ дамып, озық технологияларды қолданатынына сенеміз. Тәжірибе көрсеткендей, гүлденген және перспективалы нарықтар жоғары кіріспе тосқауылдарды, мемлекет тарапынан қамқорлықты, арзан тұтынушыларды, арзан жеткізілім жүйесін және оларды алмастыратын баламалы салалардың ең азын қамтиды. Ең соңғы технологиялармен және жоғары тиімділігімен бизнес бәсекелестердің шабуылдарына ең осал болып табылады, мұндай нарықтағы банкроттық ықтималдығы өте жоғары.

Айта кету керек, көптеген шағын кәсіпорындар үшін бәсекелестік олардың үлкен (қуатты) бәсекелестеріне ұқсас болуы мүмкін. Бұл оларға өзіне деген сенімділік береді. Бірақ басқаларға еліктеу - кез келген артықшылықты алудан бас тарту. Бәсекелестік артықшылықтардың болмауы - банкроттықтың дұрыс жолдары. Кейбір бәсекелестік артықшылығы бар кейбір кәсіпорындар оларды жоғалтпауға тырыспайды. Бәсекелестік артықшылығының болуы әрі қарай іздеуді тоқтатпауға тиіс.

Бәсекелестіктің барлық салаларында бірінші болуға ұмтылу, қысқа мерзімді пайда табу үшін кəсіпорындар бұрын құрылған бәсекелестік стратегиядан бас тартуға əкеліп, кәсіпорынның қызметіне хаос енгізеді жəне бәсекелестік саласындағы ұзақ мерзімді мақсаттарға бағыттамайды.

Батыс Еуропа елдерінің бай тәжірибесі интеграция ұлттық экономикалардың бәсекеге қабілеттілігін арттыруын қамтамасыз ететіндігін дәлелдейді. Заманауи жағдайда аймақтық интеграция әлемдік дамудың үстемдік ететін үрдісі бола бастауда. Қазіргі кезде барлық әлем – бұл аймақтық одақтардың жиынтығы. Батыс Еуропада, Солтүстік және Оңтүстік Америкада, Оңтүстік-Шығыс Азияда, посткеңестік кеңістікте және Африкада ортақ экономикалық және геосаяси мүдделермен байланысты ірі аймақтық бірлестіктер бар. Оларды құрудың мақсаттары мен себептері әртүрлі болды, бірақ әлемдік экономиканың жаһандану аясында олардың барлығы олармен біріккен мемлекет топтарында ұлттық мүдделерін қорғауға бағытталды.

**Пайдаланылған әдебиеттер**

1. С.Р. Нарматов, А.С. Нарматова Экономикалық теория. Лекциялар курсы. І – бөлім, Тараз, 2004.
2. А.Әбубәкіров, М. Есқалиев. Экономикалық теория негіздері. Алматы, 2000.
3. Қожаниязов Т.Ж., Мамедов О.Ж. Экономикалық теория және тәжірибе негіздері. Жамбыл, 1997.
4. Осипова М. Экономикалық теория, Алматы, 2004.
5. М.Портер. Конкурентное преимущество. Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость, М.: Международные отношения, 2005
6. Porter's Theory of Competitive Advantage <http://staff.fit.ac.cy/bus.tp/AFIE%20320/lecture%20notes/Porter%20diamond.doc>;
7. Competitive strategy (Porter) - IS Theory <http://istheory.byu.edu/wiki/Competitive_strategy>;
8. 4. A brief description of the theory http://www.investopedia.com/features/industryhandbook/porter.asp;
9. М. Портер. Конкуренция. М.: Международные отношения, 1993.;
10. Haberler J. A Survey of International Trade Theory. — Princeton, 1961.;
11. Теория конкурентных преимуществ <http://uchebnikionline.com/politekonomia/istoriya_ekonomiki/teoriya_konkurentnih_perevag.htm>.
12. Портер М.Е. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов: Пер. с англ. 2-е изд. М., 2006.
13. Портер М.Е. Конкуренция между местами размещения бизнеса: глобальная стратегия как способ обеспечения конкурентного преимущества // Курс МВА по стратегическому менеджменту: Пер. с англ. 3-е изд., перераб. М., 2006.
14. Портер М.Е. Конкурентная стратегия...
15. Портер М.Е. Конкуренция: Учеб. пособие: Пер. с англ. М., 2001.
16. Портер М.Е. Конкурентная стратегия...
17. Иванова С., Шохина Е. Глобальный рынок не для нас // Ведомости. 2006. 26 июля.

Құрастарған: Калымова А., Шаяхметқызы А.