

MPHTI 06.81.19; 06.39.41

JEL Classification: O31, O32

<https://doi.org/10.52821/2224-5561-2021-2-42-54>

ТОҚЫМА ӨНЕРКӘСІБІ КӘСІПОРЫНДАРЫНЫҢ ИННОВАЦИЯЛЫҚ БЕЛСЕНДІЛІГІН БАСҚАРУ МОДЕЛІ

Ғ. А. Пазиров^{1*}, Б. С. Құлбай², А. Н. Айтымбетова²

¹Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан Республикасы

²М.Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан университеті, Шымкент, Қазақстан Республикасы

АНДАТПА

Зерттеудің мақсаты – өнеркәсіп кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқаруда шетелдік тәжірибелерді, ғылыми еңбектерді зерттей отырып және отандық тоқыма кәсіпорындарының ерекшеліктерін ескеріп Қазақстандағы тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқару моделін әзірлеу болып табылады.

Әдіснамасы – талдау мен синтездеудің жалпы ғылыми әдістері, салыстыру, ғылыми зерттеулер нәтижелерін жалпылау, сараптамалық бағалау әдістері қолданылды. Сондай-ақ, қоғамдағы әлеуметтік-экономикалық үдерістерді басқару және дамыту мәселелерін зерттеудің жүйелі және кешенді тәсілдері қолданылды.

Зерттеудің бірегейлігі / құндылығы – Қазақстан Республикасындағы тоқыма кәсіпорындарының басым бөлігін шағын кәсіпорындар құрайды, сонымен қатар олардың барлығы жеке секторға тиесілі болып табылады. Мемлекет тарапынан түрлі қолдау шаралары болғанымен отандық тоқыма кәсіпорындарының бәсекеге қабілеттілігі әлі күнге дейін төмен деңгейде қалып отыр. Сондықтан да тоқыма кәсіпорындарының бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін олардың инновациялық белсенділігін арттыру қажет. Отандық тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін тиімді басқару үшін оны басқарудың моделін құру қажеттігін көрсетеді.

Зерттеу нәтижелері – зерттеу нәтижесінде тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқарудың моделі ұсынылды. Авторлар ұсынған модельде тоқыма кәсіпорындарында инновациялық белсенділікті басқару орталығын құру және инновацияны іске асыратын командаларды қалыптастырудағы кросс-функционалды команда әдісін қолдану қарастырылған. Бұл отандық тоқыма кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілігін арттыруға оң ықпал ететін болады.

Түйін сөздер: инновация, тоқыма өнеркәсібі, инновациялық белсенділік, басқару моделі, кросс-функционалды команда, инновациялық инфрақұрылым.

КІРІСПЕ

Қазіргі жағдайда отандық тоқыма кәсіпорындарының бәсекеге қабілеттілігін арттыруда оларға инновациялық тұрғыдан белсенділік жетіспей тұр. Себебі елімізде аталмыш саланы дамытуға барлық жағдай жасалынып отыр. Бірақ тоқыма кәсіпорындары осы мүмкіндіктерден толық пайдалана алмай келеді. Сондықтан да еліміздегі тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін арттыру міндеті ерекше маңызға ие. Инновациялық белсенділік бұл кәсіпорынның инновациялық қызметінің кешенді сипаттамасы, оның ішінде инновациялық өзгерістердің қарқындылық дәрежесі және олардың уақытылығы, ресурстарды қажетті мөлшерде және қажетті сапада жұмылдыру қабілеті, инновациялық үдерістің қолданылатын әдістері мен технологиясының тиімділігін, ілгерілеушілігін және ұтымдылығын қамтамасыз ету мүмкіндігі [1]. Осы мүмкіндіктердің барлығын оңтайлы пайдалану үшін отандық тоқыма кәсіпорындарында инновациялық белсенділікті басқарудың бірыңғай моделін құру қажет деп есептейміз. Бұл модель тоқыма кәсіпорындарына инновацияларды енгізудің пайдалылығы мен салдарын ескере отырып, нақты кәсіпорын үшін инновацияларды таңдаудың орындылығы туралы шешімдер

кабылдау, нақты жағдайдың ерекшеліктерін, жаңалықтардың сипатын, кәсіпорынның ресурстық және ғылыми-техникалық әлеуетіне, нарық талаптарына, өнім өндіру технологиясының өмірлік циклінің сатыларына, кәсіпорынның салалық тиесілілігінің ерекшеліктеріне сәйкестігін ескеруге мүмкіндік беретін болуы тиіс.

Зерттеудің негізгі әдістері. Тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқару моделін әзірлеу отандық және шетелдік ғалымдардың ғылыми еңбектеріне, ғылыми әзірлемелеріне, ғылыми ұсыныстарына және тоқыма кәсіпорындарындағы менеджерлер мен қызметкерлер арасында жүргізілген сауалнама нәтижелеріне негізделген. Зерттеу барысында теориялық әдістер, атап айтқанда, талдау мен синтездеудің жалпы ғылыми әдістері, салыстыру, ғылыми зерттеулер нәтижелерін жалпылау, сараптамалық бағалау, сұхбаттасу және зерттеудің басқа да жалпы және арнайы ғылыми әдістері қолданылды.

ЗЕРТТЕУДІҢ НЕГІЗГІ БӨЛІМІ

Бүгінгі таңда еліміздің экономикасын ұзақ мерзімді кезеңде әртараптандыруды қамтамасыз ету және бәсекеге қабілеттілігін арттыру мақсатында индустриялық-инновациялық дамытудың мемлекеттік бағдарламалары кезең-кезеңімен жүзеге асырылып келеді.

2020 жылы индустрияландырудың алдағы үшінші бесжылдығына арналған Қазақстан Республикасын индустриялық-инновациялық дамытудың 2020-2025 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасын іске асыру басталды.

Алдағы уақытта осы бағдарламаға сәйкес Үкімет тарапынан жоғары технологиялық өнімдер мен көрсетілетін қызметтерді экспорттаушы кәсіпорындарды ынталандыруға баса назар аударылады. Мемлекеттік ынталандыру тетігі кәсіпорындардың экспортқа бағдарланған даму моделіне көшуін ынталандыратындай етіп құрылады. Осы тетік сондай-ақ сыртқы инвестицияларды тарту мен ұстап қалуға да бағытталатын болады. Өндеуші өнеркәсіптегі технологиялар мен инновацияларды дамыту жөніндегі шаралар қазақстандық тауарлар мен көрсетілетін қызметтердің стратегиялық бәсекелік артықшылықтарын дамытудың түйінді факторына айналады [2].

Мемлекет тарапынан өнеркәсіп саласын дамытуға арналған түрлі қолдау шаралары аясында еліміздегі өнеркәсіп саласындағы ең проблемалы секторы болып табылатын тоқыма өнеркәсібі саласын дамыту қажет. Себебі бұл сала көп уақыт бойы назардан тыс қалып келді. Тоқыма өнеркәсібі экономиканы әртараптандыруда, әсіресе, пайдалы қазбалар қорының азайып, мұнай бағасының төмендеген кезінде дағдарыс толқынына қарсы тұру мүмкіндігінің бірі болып саналады.

Тоқыма өнеркәсібі саласы Қазақстан үшін экономиканың стратегиялық маңызды салаларының бірі болып табылады. Саланың серпінді дамуы ел өңірлерінің экономикасына, экономикалық қауіпсіздікті қамтамасыз етуге, қосымша жұмыс орындарын құруға, халықтың әл-ауқатын жақсартуға, сондай-ақ шағын және орта бизнестің дамуына оң ықпал етеді. Әсіресе аталған мәселелерді шешу еліміздің оңтүстік өңірлері үшін өте маңызды, өйткені олардың аумағында мақта өсіріледі және тоқыма кластері қалыптасып келеді, сонымен қатар өңірде қайта өндеуге арналған тоқыма кәсіпорындары шоғырланған [3].

Бүгінгі таңда отандық тоқыма кәсіпорындары барлық мүмкіндіктерді пайдалана отырып, өздерінің бәсекеге қабілеттілігін арттыруға толық мүмкіндігі бар. Себебі Қазақстанның тоқыма өнеркәсібі өнімді өндіру шығындарының төмендігі, қажетті шикізаттың басым бөлігі елде өндірілетіндігі және шығарылған өнімді сатуға арналған әлеуетті нарықтардың болуы, елдегі инвестициялық климаттың тартымдылығы, дамыған көліктік инфрақұрылымдардың болуын ескеретін болсақ бұл сала дамуы үшін үлкен әлеуетке ие.

Отандық тоқыма кәсіпорындарының бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз етудің бірден-бір жолы бұл тұтынушылардың сұранысына сай, өндіріс үдерісінде заманауи технологияларды қолдана отырып жаңа немесе айтарлықтай жетілдірілген өнім түрлерін өндіру, яғни тоқыма кәсіпорындарына инновацияны енгізу қажет.

Тұтынушылардың жоғары талғамын қанағаттандыру үшін кәсіпорындар ерекше жаңа өнім түрін шығаруға мүдделі. Бұл кәсіпорындарды өз бетінше ізденуге мәжбүрлейді. Жеке зерттеулер жүргізу

арқылы кәсіпорындар нарыққа жаңа өнім түрлерін шығару жолдарын іздейді. Қазіргі уақытта ол инновациялар арқылы жүзеге асырылып, кәсіпорынды мол табысқа жеткізеді және бәсекелестік артықшылығының негізгі өсу факторы болады. Кәсіпорын табысқа жетуде инновациялық белсенділік маңызды болып табылады.

Ғылыми еңбектер мен оқулықтарда инновацияның түрлерін авторлар әртүрлі сипаттайды. Экономикалық ынтымақтастық және даму ұйымы (ЭЫДҰ) мен Еуростат бірлесіп ұсынған 2005 жылғы Осло нұсқаулығында төрт типтегі инновацияларды бөліп қарастырады: өнімдік инновация, процестік инновация, маркетингілік инновация және ұйымдастыру инновациясы [4].

Осы жоғарыда аталған инновация түрлерін іске асыру инновациялық қызмет болып табылады. Кәсіпорынның инновациялық белсенділігі деп – бар мүмкіндіктерді пайдалана отырып инновациялық қызметті қарқынды және экономикалық тұрғыдан тиімді іске асыруды түсінеміз.

Тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының инновациялық белсенділігі деп жаңа өнімдер мен үдерістерді, өнімдерді нарыққа шығару мен сатудың жаңа әдістерін әзірлеу мен енгізуге және оны ұйымдастыру тәжірибесі мен құрылымындағы өзгерістерге бағытталған инновацияларды қарқынды және тиімді іске асыруды айтамыз.

Қазіргі жедел жаһандану кезеңінде инновациялық тұрғыдан белсенді кәсіпорындар ғана бәсекелестік артықшылыққа ие болып, өз қызметін одан әрі дамыта алады. Бұл отандық тоқыма саласындағы кәсіпорындардың инновациялық белсенділігін тиімді басқару қажеттігін көрсетеді.

Бүгінгі таңда экономикалық ғылымда инновациялар табиғатын зерттеуге және инновациялық үдерісті басқару тәсілдеріне көп көңіл бөлінуде. Дегенмен, инновациялық үдеріс негізінен кәсіпорынның басқа басқару үдерістерінен оқшауланған түрде қарастырылады. Көптеген практикалық ізденістер инновацияларды құру мен коммерцияландыруға мүмкіндік алған кәсіпорындарды зерттеуге арналған, бірақ бұл кәсіпорындардың ішкі институционалдық факторларының жетістіктері қандай деген сұрақ практикалық тұрғыдан да, сонымен қатар теориялық көзқарастар тұрғысынан терең зерттелмеген [5].

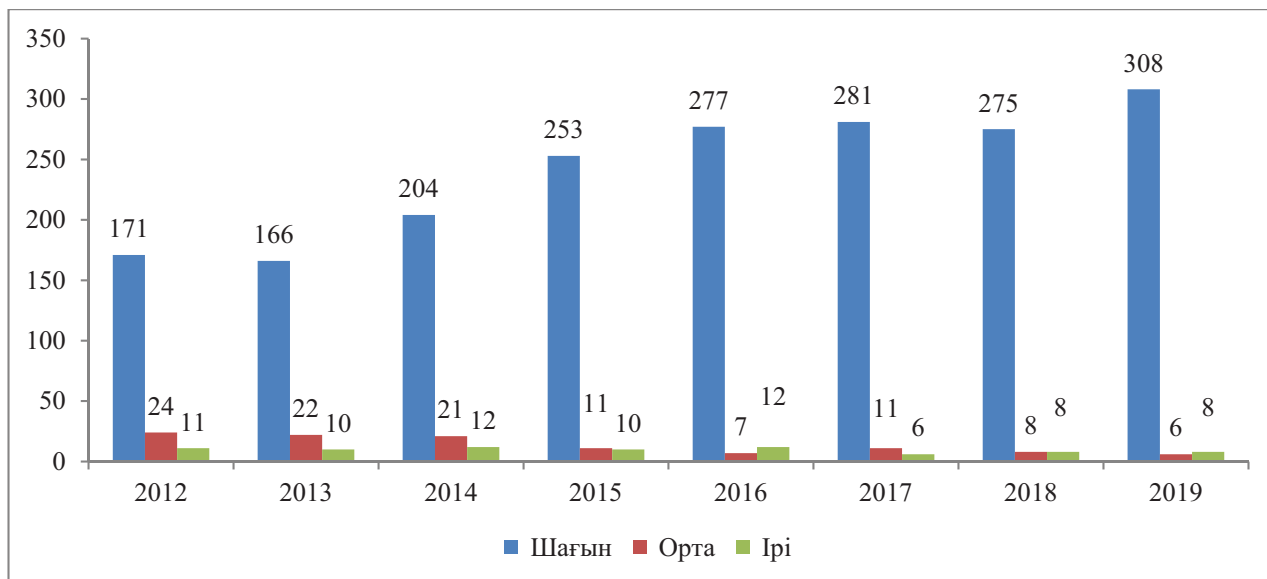
Кәсіпорында инновациялық белсенділікті арттырудың негізгі факторларының бірі оны басқару үдерісін тиімді ұйымдастыру болып табылады. Қазіргі уақытта кейбір кәсіпорындардың инновациялық әлеуеті бола тұра, нарықта белсенділік таныта алмайды. Бұл кәсіпорынның инновациялық белсенділігін басқарудың әлсіздігін көрсетеді.

Инновацияны ұйымдастыру фирмалар арасында айтарлықтай ерекшеленеді. Кейбір фирмалар өздерінің инновациялық қызметтерін нақты белгіленген инновациялық жобалар немесе арнайы бюджеттері бар бағдарламалар арқылы басқарады, олар үшін инновация аралық немесе соңғы кезеңді білдіреді. Басқа фирмалар, негізінен, өздерінің инновациялық қызметін жүйелі кәсіпкерлік операцияларға біріктіреді және өз өнімдері мен бизнес-үдерістерін үнемі жетілдіріп отыру үшін жұмыс істейді, ал басқа фирмалар арнайы негізде инновациялық қызметпен айналысады [6].

Бүгінгі таңда кәсіпорындардың инновациялық белсенділігін басқарудың бірыңғай моделі жоқ. Сондықтанда кәсіпорындағы инновациялық белсенділікті басқару – бұл кәсіпорын басшылары үшін күрделі үдеріс. Жүргізілген зерттеу нәтижелеріне сүйене отырып, қазіргі кезде көптеген компаниялар өздерінің инновациялық қызметі мен үдерістерін интуитивті басқаруға тырысуда деп айтуға болады [7].

Статистикалық мәліметтер бойынша Қазақстанда тұрақты жұмыс істеп тұрған тоқыма бұйымдарын өндіретін кәсіпорындар саны 2012 жылы 206 кәсіпорын болса, 2019 жылы олардың саны 322-ге жетіп отыр, олардың кәсіпорын өлшемі бойынша қарастыратын болсақ, шағын кәсіпорындардың үлесі басымдыққа ие (Сурет 1).

1-сурет мәліметтері бойынша жұмыс істеп тұрған тоқыма бұйымдарын өндіретін кәсіпорындар ішінде шағын кәсіпорындар саны көбейгенімен, орта және ірі кәсіпорындар саны өзгеріп, біршама азайған. 2012 жылы орта кәсіпорындар саны 24 болса, 2019 жылы олардың саны 4 есеге азайып 6 кәсіпорын қалған, сондай-ақ ірі кәсіпорындар саны 2012 жылы 11 болса, 2019 жылы 8 кәсіпорын қалған. Қазіргі таңда елімізде жұмыс істеп тұрған тоқыма кәсіпорындарының барлығы жеке секторға тиесілі болып табылады.



Сурет 1 – Жұмыс істеп тұрған тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының саны (кезең соңына)
Ескерту – [8] дереккөзі негізінде авторлармен құрастырылған

Тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқаруда олардың құрылымын, яғни өлшемі бойынша шағын, орта және ірі кәсіпорындардың ерекшеліктерін ескеру қажет, сонымен қатар инновациялық белсенділікті қамтамасыз ететін инновация түрлерін анықтап алу қажет. Ол үшін еліміздегі статистикалық органдардың инновация статистикасы бойынша негізгі көрсеткіштерін қарастыратын болсақ, қазіргі уақытта Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігінің Ұлттық статистика бюросы тарапынан инновация статистикасы бойынша зерттеулерге сәйкес өнімдік инновация, процестік инновация, маркетингтік инновация және ұйымдастырушылық инновациясы түрлері бойынша жүргізіліп келеді [9].

Қазіргі уақытта отандық тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының инновациялық белсенділігі өте төмен деңгейде болып отыр. Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігінің Ұлттық статистика бюросы тарапынан 2012-2019 жылдар аралығында жүргізілген зерттеулер нәтижесінде тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының өнімдік және процестік инновациялар бойынша инновациялық белсенділік деңгейін 1-кестеде қарастырамыз.

Кесте 1 – Өнімдік және процестік инновациялар бойынша тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігі

Жылдар	Кәсіпорындардың саны, бірлік	Оның ішінде		Инновация саласындағы белсенділік деңгейі, %	Инновация саласындағы енжарлық деңгейі, %
		Инновациясы бар	Инновациясы жоқ		
2012	79	8	71	10,1	89,9
2013	60	8	52	13,3	86,7
2014	83	8	75	9,6	90,4
2015	91	9	82	9,9	90,1
2016	91	9	82	9,9	90,1
2017	93	7	86	7,5	92,5
2018	92	3	89	3,3	96,7
2019	92	4	88	4,3	95,7

Ескерту – [8] дереккөзі негізінде авторлармен құрастырылған

1-кесте мәліметтері бойынша тоқыма кәсіпорындарында 2012 жылы 79 кәсіпорынның тек 8-інде өнімдік және процестік инновациялардың бар екендігі белгілі болған, яғни инновациялық белсенділік көрсеткіші 10,1 %-ды құраған, 2013 жылы бұл көрсеткіш – 13,3 %, 2014 жылы біршама төмендеп – 9,6 %, 2015 жылы және 2016 жылы – 9,9 %, 2017 жылы – 7,5 %, 2018 жылы күрт төмендеп – 3,3 % болса, 2019 жылы шамалы ілгерілеу байқалады – 4,3 %-ды құраған.

Осло нұсқаулығына сәйкес барлық инновациялар анықтама бойынша жаңалықтың қандай да бір үлесін қамтуы тиіс. Тәжірибеде инновациялардағы жаңалықтың үш тұжырымдамасы қарастырылады: «ұйым үшін», «тауар (қызмет) нарығы үшін» және «бүкіл әлем үшін» жаңа болып табылатын жаңа немесе едәуір жетілдірілген тауарлар (қызметтер) [4].

Отандық тоқыма кәсіпорындар тарапынан өндірілген инновациялық өнімдердің (тауарлардың, көрсетілетін қызметтердің) басым бөлігін ұйым үшін жаңа болып табылатын жаңа немесе едәуір жетілдірілген тауарлар (қызметтер) құрап отыр (Кесте 2).

Кесте 2 – Тоқыма кәсіпорындарының өткізген инновациялық өнімдер (тауарлар, көрсетілетін қызметтер) көлемі, млн. теңге

№	Көрсеткіштер атауы	2012	2013	2015	2017	2018	2019
1	Ұйым үшін жаңа болып табылатын жаңа немесе едәуір жетілдірілген тауарлар (қызметтер)	-	1 810,7	1 465,3	1 582,0	6,0	6,2
2	Тауар (қызмет) нарығы үшін жаңа болып табылатын жаңа немесе едәуір жетілдірілген тауарлар (қызметтер)	-	1 292,6	2 218,8	14,3	-	-
3	Бүкіл әлем (қызмет) нарығы үшін жаңа болып табылатын жаңа немесе едәуір жетілдірілген тауарлар (қызметтер)	-	-	-	-	-	-
	Барлығы	2 019,9	3 103,4	3 684,2	1 596,3	6,0	6,2
Ескерту – [8] дереккөзі негізінде авторлармен құрастырылған							

2-кесте бойынша отандық тоқыма кәсіпорындары тарапынан өндірілген инновациялық өнім (тауарлар, көрсетілетін қызметтер) көлемі 2012 жылы 2019,9 млн. теңгені құраған, ол кезде статистикалық органдар тарапынан өндірілген инновациялық өнімдер (тауарлар, көрсетілетін қызметтер) «ұйым үшін», «тауар (қызмет) нарығы үшін» және «бүкіл әлем үшін» жаңа болып бөлінбейтін, Қазақстанда 2013 жылдан бастап инновация статистикасы бойынша зерттеу халықаралық ұсынымдарға сәйкес жүргізіле бастады [8]. 2013 жылы өндірілген инновациялық өнім көлемі 3 103,4 млн. теңгені құраған болса, 2015 жылы бұл көрсеткіш 3 684,2 млн. теңгеге жеткен. 2017 жылдан бастап өндірілген инновациялық өнім көлемі азайған, ал 2018-2019 жылдары бұл көрсеткіш күрт төмендеп небәрі 6 млн. теңгені құрап отыр. Отандық тоқыма кәсіпорындарының инновациялық өнімдері тек «ұйым үшін» және «тауар (қызмет) нарығы үшін» жаңа болып табылатын жаңа немесе едәуір жетілдірілген тауарлар (қызметтер) болып табылады, ал бұл салада қазіргі уақытқа дейін бүкіл әлем (қызмет) нарығы үшін жаңа болып табылатын жаңа немесе едәуір жетілдірілген тауарлар (қызметтер) өндірілген жоқ.

Жалпы 1-ші және 2-ші кесте мәліметтерінен белгілі болғандай отандық тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігінің төмендеуі, олардың өндіретін инновациялық өнімдерінің де көлеміне тікелей әсер етіп, тиісінше төмендеп отыр. Бұл отандық тоқыма кәсіпорындарында инновациялық белсенділікті басқарудың әлсіздігін көрсетіп отыр. Тоқыма кәсіпорындары инновациялық қызметін үздіксіз жалғастырып, оны уақыт өткен сайын жетілдіріп отыру қажет. Сонымен қатар 1-сурет мәліметі бойынша барлық отандық тоқыма кәсіпорындарының 96 %-ы шағын, 2 %-ы орта, ал 2 %-ы ірі кәсіпорындар.

АҚШ-да техникалық прогрестің негізгі қозғаушыларының бірі шағын және орта кәсіпкерлік (ШОК) секторының кәсіпорындары болып табылады, олардың инновациялық белсенділігі бір ғылыми қызметкерге келетін инновациялар саны ірі ұйымдарға қарағанда 4 есе жоғары екендігі-

мен расталады. Бұл ретте ШОК секторындағы ғылыми-зерттеу және тәжірибелік-конструкторлық жұмыстарға (ҒЗТКЖ) жұмсалатын шығындардың 1 долларына инновациялар саны – ірі кәсіпорындар үшін ұқсас көрсеткіштен 24 есе артық. Сонымен қатар, шағын бизнес саласында жұмыс істейтін мамандардың инновациялық белсенділігі бір қызметкерге берілген патенттердің салыстырмалы санымен көрінеді, бұл ірі кәсіпорындар үшін ұқсас көрсеткіштен 16 есе көп [10]. Көптеген сарапшылар ірі кәсіпорындармен салыстырғанда шағын және орта кәсіпорындардың мүмкіндіктері шектеулі, мысалы материалдық, қаржылық, ақпараттық, адами және басқарушылық ресурстардың шектеулігі, келіссөздер жүргізу мүмкіндігінің аздығы, пайыздық мөлшерлемелердің жоғарылығы және т.б. байланыстышағын кәсіпорындарға инновацияларды енгізу өте күрделідеп есептейді [11], бірақ АҚШ тәжірибесіне сәйкес шағын кәсіпорындар шектеулі ресурстық мүмкіндіктерге ие бола отырып, үлкен тәуекелдермен байланысты инновациялық қызмет саласында жоғары белсенділік танытып отыр.

Өндіріс кәсіпорындарындағы инновациялық белсенділікті басқару теориясы мен модельдерін, сондай-ақ тоқыма өнеркәсібі саласының ерекшеліктерін кешенді зерттегеннен кейін саладағы кәсіпорындардың инновациялық белсенділігін басқарудың бейімделген моделін әзірледік (Сурет 2). Тоқыма кәсіпорындарындағы инновациялық белсенділікті басқару моделі оның бәсекеге қабілеттілігін арттыруға мүмкіндік беретін инновациялық идеяларды тиімді іске асыру үшін барлық қажетті іс-шараларды қамтуы тиіс.

2-сурет бойынша біз ұсынып отырған тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқару моделі үш құрылымнан тұрады:

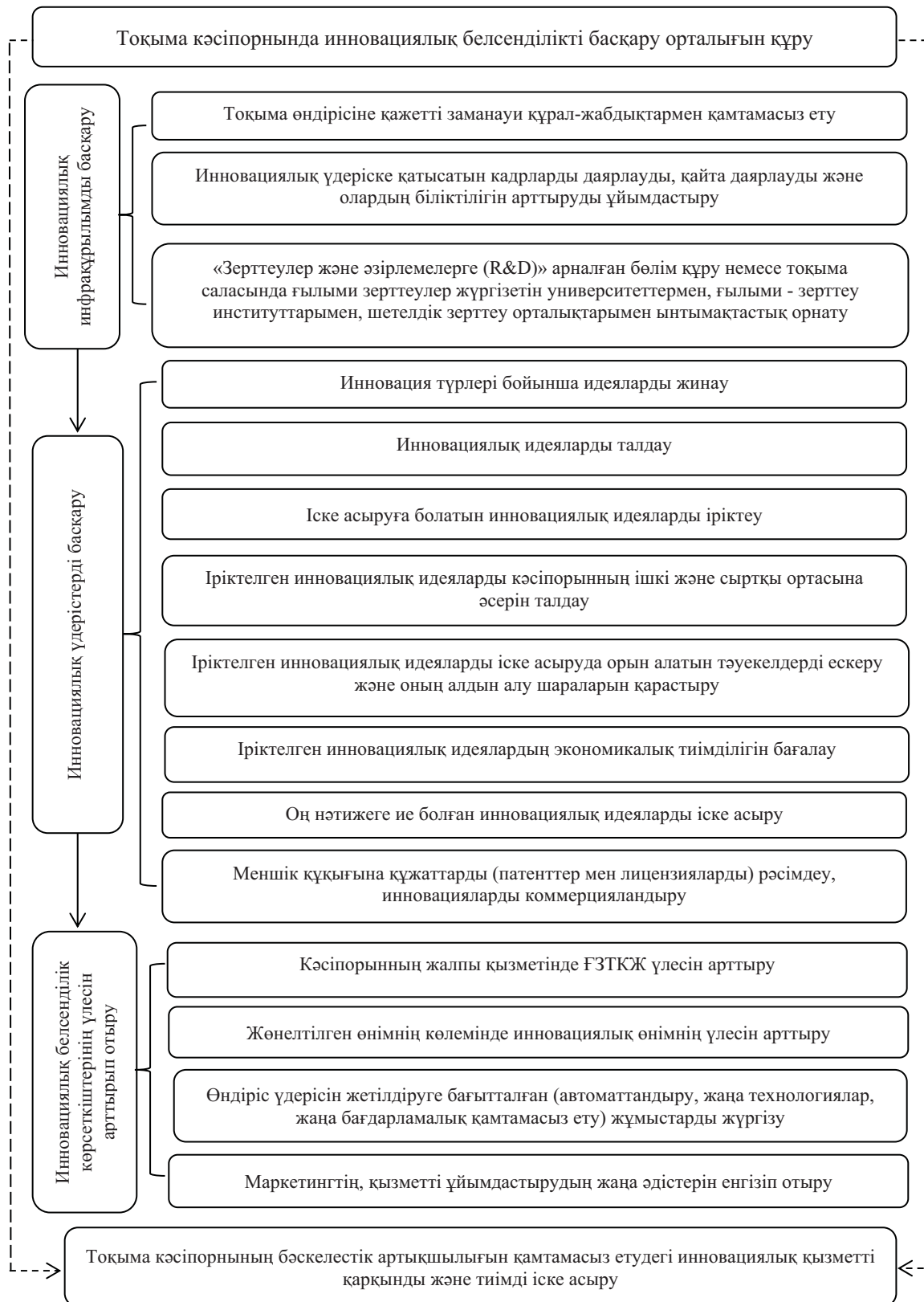
- инновациялық инфрақұрылымды басқару;
- инновациялық үдерістерді басқару;
- инновациялық белсенділік көрсеткіштерінің үлесін арттыру.

Алдымен осы үш құрылымның қызметіне тікелей жауапты тоқыма кәсіпорынында инновациялық белсенділікті басқару орталығын құру қажет. Себебі инновацияны кәсіпорынның әр бөлімшесі өз бетінше жүзеге асыра алмайды, бұл терең зерттеулерді қажет ететін үдеріс. Сондықтанда кәсіпорында инновациялық идеяны жинаудан бастап оны толық іске асырғанға дейінгі кезеңге жауапты инновациялық белсенділікті басқару орталығы болуы тиіс.

Бұл орталық тоқыма кәсіпорынының инновациялық қызметіне шолу, инновациялық идеяларды енгізу және оларды инновацияға айналдыру, инновациялық үдерістегі орын алған мәселелерді шешу және т.б. қызметтерді атқаратын болады. Орталықта жаңа өнімді әзірлеуде әзірлеу командаларын құру қажет. Себебі инновацияны енгізу қарқындылығы осы құрылған командалардың қызметіне тікелей байланысты. Бірақ, бұл орталықтың құрылуы және ол жерде жұмыс істейтін мамандарды сырттан тарту кәсіпорынға айтарлықтай қосымша шығын алып келмеуі тиіс. Өйткені қосымша шығындардың көбеюі өнімнің немесе қызметтің өзіндік құнының жоғарылауына алып келеді.

Сондықтан да жаңа өнімді әзірлеу командаларын құруда әлемдік тәжірибеде кеңінен қолданылатын кросс-функционал командаларды құру әдісінен пайдалану қажет. Кросс-функционалды команда – бұл ғылыми зерттеулер, маркетинг, қаржы, адами ресурстарды дамыту және операцияларды басқару сияқты кәсіпорынның әртүрлі функционалды бөлімдерінің қызметкерлер тобы, олар белгілі бір мәселені шешуге бағытталған және бөлімдердің жұмысын үйлестіруді жақсарту, жүйелік инновациялар құру, жалпы мәселелерді шешу және бизнесте синергия құру үшін топ ретінде жұмыс істейді.

Осы кросс-функционал командаларды құруды америкалық фирмалардың 77 %-ы, еуропалық фирмалардың 67 %-ы, жапон фирмаларының 54 %-ы пайдаланады [12]. Кросс-функционалды команда ортақ мақсатқа жету үшін әр түрлі кәсіби тәжірибесі бар мамандарды біріктіреді. Оған ұйымның әртүрлі деңгейлерінің өкілдері кіреді, бірақ тек қажет болған жағдайда ғана кәсіпорында жоқ мамандарды сырттан тарту қарастырылатын болады. Қазіргі жағдайда кросс-функционалды командалар нарықтың тез өзгертін қажеттіліктеріне жауап берудің ең тиімді және дұрыс механизмі болып табылады.



Сурет 2 – Тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқару моделі

Ескерту – авторлармен құрастырылды

Біздің жаңа өнімді немесе қызметті әзірлеу командаларын құруда кросс-функционалды команда әдісін ұсынуымыз отандық тоқыма кәсіпорындарында жоғарыда аталған инновацияның 4 түрінде іске асыруда аса қажет деп есептейміз. Себебі тоқыма кәсіпорнына инновацияның әрбір түрін енгізудің өзіндік ерекшеліктері бар. Атап айтсақ, өнімдік инновацияны енгізу үшін тоқыма саласының білікті мамандары қажет болса, процестік инновацияны енгізу үшін тек тоқыма саласында ғана емес технологиялық өзгерістерді, заманауи өндірістік жабдықтарды қолдана алатын, сонымен қатар бағдарламалық қамтамасыз етудегі өзгерістерді түсінетін мамандар қажет, ал маркетингтік инновацияны енгізу үшін тәжірибелі, саланың ерекшеліктерін жетік меңгерген маркетинг мамандар қажет, сонымен қатар ұйымдастырушылық инновацияны енгізу үшін кәсіпорынның іскерлік тәжірибесін, жұмыс орындары мен сыртқы байланыстарды ұйымдастыруда жаңа ұйымдастырушылық әдісті енгізу үшін мықты менеджерлер қажет болады.

Ұсынылып отырған модельдегі бірінші құрылымның функционалды міндеттерін қарастыратын болсақ, тоқыма кәсіпорындарында инновациялық инфрақұрылымды басқару бұл инновацияларды іске асыруға қолайлы жағдай жасайды. Қазіргі отандық тоқыма кәсіпорындары жағдайында инновациялық инфрақұрылымды басқаруда келесілерге көңіл бөлу қажет: біріншіден, тоқыма өндірісіне қажетті заманауи құрал-жабдықтармен қамтамасыз ету, өйткені ескі құрал-жабдықпен инновацияны іске асыру күрделі мәселе, екіншіден инновациялық үдеріске қатысатын кадрларды даярлауды, қайта даярлауды және олардың біліктілігін арттыруды ұйымдастыру, бұл кәсіпорын басшылығы тарапынан қамтамасыз етілуі қажет, үшіншіден инновацияларды әзірлеу бойынша «Зерттеулер және әзірлемелерге (R&D)» арналған бөлім құру. Мұнда ескерілетін жағдай ірі және көптеген орта тоқыма кәсіпорындары үшін «Зерттеулер және әзірлемелерге (R&D)» арналған бөлім құру қажет, себебі олардың аталған бөлімді ашуға әлеуеті жетеді, ал кейбір орта және шағын кәсіпорындар үшін ондай бөлім ашуға мүмкіндігі жоқ болуы мүмкін, себебі оған қосымша қаражат қажет, әсіресе отандық шағын тоқыма кәсіпорындарында ондай мүмкіндік жоқ. Сондықтан да «Зерттеулер және әзірлемелерге (R&D)» арналған бөлім құруға мүмкіндігі жоқ кейбір орта және шағын кәсіпорындар үшін арнайы зерттеулер бөлімін ашпай-ақ, тоқыма саласында зерттеулер жүргізетін университеттермен, ғылыми зерттеу институттарымен немесе шетелдік зерттеу орталықтарымен ынтымақтастық орнату ұсынылады. «Зерттеулер және әзірлемелерге (R&D)» арналған бөлімнің негізгі қызметіне жаңа немесе айтарлықтай жетілдірілген өнім түрлерін әзірлеу, өнім өндіру, логистиканың жаңа әдістерін енгізу, өнімнің дизайнында немесе қаптамасында, оны қоймалау, нарыққа шығару немесе сату бағасын белгілеуде елеулі түрде өзгертулермен қоса, маркетингтің жаңа әдісін енгізу, компанияның іскерлік тәжірибесінде, жұмыс орындарын ұйымдастыруда немесе сыртқы қатынастарда жаңа ұйымдастырушылық әдісті енгізу бойынша зерттеулер жүргізу жұмыстары кіреді.

Көптеген зерттеулерде инновацияның 4 түрін екіге бөліп: технологиялық (өнім және процестік) инновация және технологиялық емес (маркетингтік және ұйымдастырушылық) инновация деп қарастырады [13; 14]. Кәсіпорындар көп жағдайда инновациялық белсенділікті арттыруда технологиялық инновацияға көбірек көңіл бөліп, технологиялық емес инновацияларды елемей жатады.

Сондықтанда біздің ойымызша кәсіпорынның инновациялық белсенділігін басқаруда жоғарыда атап өтілген инновациялардың 4 түрін де бірдей қарастыру қажет деп есептейміз. Себебі тоқыма саласы бойынша статистикалық көрсеткіштерде (1-кесте) тек өнімдік және процестік инновация бойынша мәліметтер ғана бар. Бұл іс жүзінде тоқыма кәсіпорындарында маркетингтік және ұйымдастырушылық инновациялардың жоқтығын көрсетеді. Отандық тоқыма кәсіпорындарында инновациялық белсенділікті басқару орталығы маркетингтік және ұйымдастырушылық инновацияларды енгізуге де көбірек мән беруі қажет.

Ұсынылып отырған модельдегі екінші құрылымның функционалды міндеттерін қарастырамыз. Тоқыма кәсіпорындарында инновациялық белсенділікті басқаруда негізгі аспектілердің бірі инновациялық идеяларды жүйелі түрде есепке алу болып табылады. Яғни, кәсіпорынның әрбір қызметкерінің инновациялық идеялары ескерілуі қажет және қызметкерлердің өз идеяларын іске асыруға мүмкіндігі болуы тиіс. Мысалы, Google компаниясының барлық инженерлері жұмыс уақытының 20 %-ын өз идеясын жүзеге асыруға жұмсай алады екен [12]. Өйткені инновацияны сырттан

әкеліп енгізгеннен гөрі, кәсіпорынның өз ішінен шығатын болса, ол әлде қайда тиімді, әрі кәсіпорынға ұзақ жылдар бойы табыс әкелетіні сөзсіз. Сондықтанда кәсіпорын өз қызметкерлерінің білім деңгейін үнемі арттырып отыруы маңызды, себебі инновациялық идеялардың негізі - қазіргі заманғы үрдістерді және осы саладағы соңғы жаңалықтарды білу болып табылады. Кәсіпорындар үшін тағы бір маңызды міндет – қызметкерлерді жағдайға сәйкес дайындау [15]. Яғни кәсіпорын қызметкерлері саладағы өзгерістерге бейім болуы қажет.

Тағы бір маңызды аспект – тоқыма кәсіпорынының қызметкерлерін ынталандыру. Қызметкерлер инновациялық идеяларды ойлап табуға ынталы болуы тиіс. Ынталы қызметкерлері бар кәсіпорындар өзгерістерге жақсы бейімделе алады. Қызметкерлердің ынтасын арттыру – күштерді бөлісудің ең пайдалы тәсілі. Бұл адамдардың өзін-өзі бағалауына, қосымша күш-жігеріне, міндеттілігі мен өзіне-өзі сенімділігіне, қатысу сезімін жоғарылатуға және нәтижесінде инновацияны арттыруға және жұмыс нәтижелерін жақсартуға әкеледі [16]. Кәсіпорында инновациялық идеяларға баса назар аударылатын ынталандырушы ресми және бейресмитетігі болуы қажет. Үздік инновациялық идея иегерлері марапатталуы тиіс. Ол үшін кәсіпорында қызметкерлердің идеясын бағалайтын белгілі критерийлер болуы керек.

Үздік деп танылған инновациялық идеяларға жан-жақты талдау жүргізіп, оларды кәсіпорынның ішкі және сыртқы ортасы бойынша әсеріне сараптама жүргізу қажет. Инновациялық қызмет әрқашан тәуекелдермен байланысты болғандықтан, өндірісті модернизациялауға ұмтылу немесе өнімнің жаңа түрін игеруге ұмтылудан бұрын, алдымен терең талдау жүргізу керек. Инновациялық идеяларды іріктеуді бастамас бұрын инновациялық нарықтағы жағдайға шолу жасау қажет. Алдын ала техникалық-экономикалық баға бере отырып, жаңа өнімді іске асыру шындығын және оның орындылығын нақты талдау қажет, ал қолайсыз нәтижелер болған жағдайда осы инновациялық жобаны іске асырудан бас тарту керек. Егер инновациялық идеяны іске асыру мүмкін болса, кәсіпорынның ішкі ортасы, әлеуеті сай келетін болса, онда сыртқы орта бойынша, алдымен бәсекелестердің жағдайын бағалау, жаңа өнімді нарыққа шығарудың әдістері мен тәсілдерін анықтау, сондай-ақ әлеуетті тұтынушылардың қажеттіліктері мен мүмкіндіктерін зерттеу қажет.

Сонымен қатар инновациялық идеяны іске асырудатәуекелдерді бағалау және бизнес-жоспар құру жұмыстарын жүргізу қажет. Тәжірибелік үлгі жасау, тестілеу жүргізу, тұтынушылардың айтқан кемшіліктері мен тілектерін анықтау, өндірістік мүмкіндіктерді ескеру, қаржылық егжей-тегжейлі бизнес-талдау жүргізу, инновацияның экономикалық тиімділігін бағалау, соңында инновацияларды коммерцияландыру туралы шешім қабылдау, одан кейін толық көлемді өндірісті іске қосу арқылы тауарларды (қызметтерді) нарыққа шығаруға болады.

Ұсынылып отырған модельдегі үшінші құрылымның функционалдық міндетіне кәсіпорындағы инновациялық белсенділік көрсеткіштерінің үлесін арттырып отыру жатады. Тоқыма кәсіпорынына инновация енгізіліп, ол іске асырыла бастағаннан кейін оны үнемі қадағалап, жетілдіріп отыру қажет. Себебі инновациялық қызмет бұл тек уақытша іс-шара емес, үздіксіз үдеріс болуы тиіс, сондықтанда кәсіпорынның жалпы қызметінде ҒЗТҚЖ үлесін арттыру, жөнелтілген өнімнің көлемінде инновациялық өнімнің үлесін арттыру, өндіріс үдерісін жетілдіруге бағытталған жұмыстарды жүргізу, маркетингтің, қызметті ұйымдастырудың жаңа әдістерін енгізіп отыру қажет.

Тоқыма кәсіпорындарында бастапқы инновациялық идея осындай үдерістерден өткеннен кейін, инновацияларды қарқынды іске асыруға мүмкіндік береді. Осы аталған үдерістің барлығын тоқыма кәсіпорынында құрылған инновациялық белсенділікті басқару орталығы өз жауапкершілігіне алып, бақылап, басқарып отыруы қажет.

Мұның бәрі көп уақытты қажет етеді, кез-келген қателік үлкен шығындарға әкелуі мүмкін. Әрине, инновацияларды табысты іске асыру кәсіпорындар үшін жаңа мүмкіндіктер ашады, бірақ көптеген кәсіпкерлер инновациялық қызметті іске асырудағы қиындықтар мен тәуекелдерді ескере отырып оны жүзеге асыруға талпынбайды. Сондықтанда отандық тоқыма кәсіпорындарында инновацияларды жоғарыда ұсынылған модель арқылы іске асыру, олардың инновациялық белсенділігін тиімді басқаруға оң септігін тигізеді деп есептейміз.

ҚОРЫТЫНДЫ

Еліміздегі тоқыма кәсіпорындары дәстүрлі өндірісін өзгертіп барынша өз өндірісіне, қызметіне инновацияны енгізуді басты мақсат етуі қажет. Өйткені бүгінгі таңда бәсекелестікте артықшылыққа ие болудың бірден-бір жолы бұл кәсіпорынға инновацияларды енгізу болып табылатыны туралы жоғарыда айтып өттік. Сонымен қатар инновацияларды сырттан әкеліп енгізгеннен гөрі кәсіпорынның өз ішінен шыққан үздік инновациялық идеяларды енгізудің тиімділігі көбірек. Ол үшін тоқыма кәсіпорындары өз қызметкерлерін ынталандыру тетігін қалыптастыруы қажет. Инновациялық идеяны іс жүзінде инновацияға айналдыру бұл көп уақытты және қомақты ресурстарды қажет ететіні белгілі, сонымен қатар күтілген нәтижеге қол жеткізу үшін ол үдеріс жоғары жауапкершілікпен жүзеге асырылу қажет. Себебі инновация бұл кәсіпорын үшін жаңалық болғандықтан оның тәуекелі де жоғары болып келеді. Зерттеу барысында бүгінгі таңда отандық тоқыма кәсіпорындарда инновациялық белсенділікті басқарудың нақты моделі жоқ екендігі белгілі болды. Сонықтанда тоқыма кәсіпорындарына инновацияны енгізуде және оң нәтиже көрсеткен инновацияларды қарқынды іске асыруда кәсіпорынның инновациялық белсенділігін басқарудың моделін әзірлеу қажеттілігі анықталды. Зерттеудің маңызды нәтижесі ұсынылған модельде тоқыма кәсіпорындарында инновациялық белсенділікті басқару орталығын құру және инновацияны іске асыратын командаларды қалыптастырудағы кросс-функционалды команда әдісін қолдану болып табылады. Кәсіпорындағы менеджмент инновациялық белсенділікті басқару саласында маңызды. Инновацияларды табысты іске асырудың негізгі шарты инновацияларды құру үшін жауапкершілікті ортаның болуымен сипатталады.

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Тимерев А. В. Развитие методов управления инновационной активностью предприятий // Транспортное дело России. – 2009. – № 7. – С. 22-24.
2. «Қазақстан Республикасын индустриялық-инновациялық дамытудың 2020 – 2025 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы» Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2019 жылғы 31 желтоқсандағы № 1050 қаулысы // Әділет [web-портал]. – 2019. – URL: <http://adilet.zan.kz/kaz/docs/P1900001050> (қарау уақыты: 04.01.2021).
3. Pazilov G.A., Ivashchenko N.P., Bimendiyeva L.A., Aitymbetova A.N. Textile industry: issues of managing the growth of innovative activity in enterprises // Polish journal of management studies. – 2020. – Vol.21. – №1. – P. 297-315. – DOI: 10.17512/pjms.2020.21.1.22
4. Oslo Manual Guidelines for collecting and interpreting innovation data. Third edition. OECD 2005. – 163 p.
5. Сотникова К. И. Взаимосвязь между инновационной средой и системой управления // Вестник Московского университета. Экономика. – Серия 6. – 2013. – №5. – С. 21-32.
6. Oslo Manual Guidelines for collecting, reporting and using data on innovation 4 th edition. – OECD, 2018. – 254 p.
7. Lendel V., Hittmá S., Siantová E. Management of Innovation Processes in Company. Procedia Economics and Finance. – 2015. – № 23. – P. 861-866. – DOI: 10.1016/S2212-5671(15)00382-2.
8. Қазақстанның ғылым және инновациялық қызметі [Электрондық ресурс] // Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігінің Ұлттық статистика бюросы [web-сайт]. – 2012-2019. – URL: <https://stat.gov.kz/edition/publication/collection> (қарау уақыты: 10.01.2021).
9. Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрлігінің Статистика комитеті төрағасының 2016 жылғы 6 қазандағы № 232 бұйрығы // Әділет [web-портал]. – 2016. – URL: <http://adilet.zan.kz/kaz/docs/V1600014404/history> (қарау уақыты: 08.01.2021).
10. Зарубежный опыт государственной поддержки инновационных малых и средних предприятий [Электронный ресурс] // КОФПП [web-сайт]. – 2016. – URL: <https://kfpp.ru/analytics/material/innovation.php> (дата обращения: 18.01.2021).
11. Tudor L. Change in Textile and Clothing Industry // Industria textila. – 2018. – Vol. 69. – № 1. – P. 37-43. – DOI: 10.35530/IT.069.01.1449.
12. Шиллинг М. А. Технологиялық инновациялардағы стратегиялық менеджмент. Бесінші басылым. – А.: Ұлттық аударма бюросы, 2019. – 378 б.

13. Oluwaseun O. M., Opeyemi A. Yu., Oluwaseun A. A. Harnessing Technological and Non-technological Innovations for SMEs Profitability in the Nigerian Manufacturing Sector // *American Journal of Business, Economics and Management*. – 2016. – № 4 (4). – P. 75-88.
14. Ab Rahman Z. N., Ismail N., Rajiani I. Challenges for managing non-technological innovation: a case from Malaysian public sector // *Polish journal of management studies*. – 2018. – Vol. 17. – № 1. – P. 7-16. – DOI: 10.17512/pjms.2018.17.1.01.
15. Ślusarczyk B., Haque, A.U. Public services for business environment: Challenges for implementing industry 4.0 in polish and canadian logistic enterprises // *Administrativni Management Public*. – 2019. – № 33. – P. 57-76. – DOI: 10.24818/amp/2019.33-04.
16. Yazdanifar M. Effect of Social Capital on Innovation: A Mediating Role of Employee Motivation // *Engineering, Technology & Applied Science Research*. – 2018. – Vol. 8. – № 4. – P. 3098-3102. – DOI: 10.48084/etasr.1730.

REFERENCES

1. Timerev A. V. (2009), «Razvitie metodov upravleniya innovacionnoj aktivnost'ju predpriyatij», *Transportnoe delo Rossii*, No 7, P. 22-24 (in Russian)
2. “Kazakstan Respublikasyn industriyalık-innovacijalyk damytudyn 2020 – 2025 zhyldarga arnalgan memlekettik bagdarlamasy. Kazakstan Respublikasy Ukimetinin 2019 zhylygy 31 zheltokсанды № 1050 kaulysy” (2019), available at: <http://adilet.zan.kz/kaz/docs/P1900001050> (accessed: January, 04, 2021) (in Kazakh).
3. Pazilov G. A., Ivashchenko N. P., Bimendiyeva L. A., Aitymbetova A. N. (2020), “Textile industry: issues of managing the growth of innovative activity in enterprises”, *Polish journal of management studies*, Vol. 21, No. 1, P. 297-315, DOI: 10.17512/pjms.2020.21.1.22.
4. Oslo Manual (2005), “Guidelines for collecting and interpreting innovation data”, 3rd edition, OECD, 163 p.
5. Sotnikova K. I. (2013), “Vzaimosvjaz' mezhdru innovacionnoj sredoj i sistemoj upravlenija”, *Vestnik Moskovskogo universiteta*, 6th edition, No. 5, P. 21-32. (in Russian).
6. Oslo Manual (2018), “Guidelines for colltcting, reporting and using data on innovation”, 4th edition, OECD, 254 p.
7. Lendel V., Hittmá S. & Siantová E. (2015), “Management of Innovation Processes in Company”, *Procedia Economics and Finance*, No. 23, P. 861-866, DOI: 10.1016/S2212-5671(15)00382-2.
8. “Kazakstannyngy`ly`m zhane innovacziyal`kky`zmeti`” (2012-2019), Bureau of national statistics of the Agency for strategic planning and reforms of the Republic of Kazakhstan, available at: <https://stat.gov.kz/publication/collection> (accessed: January 5, 2021) (in Kazakh).
9. “Kazakstan Respublikasy Ul'ty'k jekonomika ministr'liginin Statistika komiteti toragasynyn 2016 zhylygy 6 kazandagy № 232 bujrygy” (2016), available at: <http://adilet.zan.kz/kaz/docs/V1600014404/history> (accessed: January 8, 2021) (in Kazakh).
10. “Zarubezhny`j opy`t gosudarstvennoj podderzhki innovacionny`kh maly`kh i srednikh predpriyatij” (2016), available at: <https://kfpp.ru/analytics/material/innovation.php> (accessed: January 18, 2021) (in Russian).
11. Tudor L. (2018), “Change in Textile and Clothing Industry”, *Industria textile*, Vol. 69, No.1, P. 37-43, DOI: 10.35530/IT.069.01.1449.
12. Melisa A. (2019), “Tekhnologiyaly`k innovacziyalardagy` strategiyaly`k menedzhment”, 5th edition, *Ul'ty`k audarma byurosy`*, Astana, 378 p. (in Kazakh).
13. Oluwaseun O. M., Opeyemi A. Yu. & Oluwaseun A. A. (2016), “Harnessing Technological and Non-technological Innovations for SMEs Profitability in the Nigerian Manufacturing Sector”, *American Journal of Business, Economics and Management*, No. 4(4), P. 75-88.
14. Ab Rahman Z. N., Ismail N. & Rajiani I. (2018), “Challenges for managing non-technological innovation: a case from Malaysian public sector”, *Polish journal of management studies*, Vol. 17, No. 1, P. 7-16, DOI: 10.17512/pjms.2018.17.1.01.

15. Ślusarczyk B. & Haque A. U. (2019), “Public services for business environment: Challenges for implementing industry 4.0 in polish and canadian logistic enterprises”, *Administrative Management Public*, No. 33, P. 57-76, DOI: 10.24818/amp/2019.33-04.

16. Yazdanifar M. (2018), “Effect of Social Capital on Innovation: A Mediating Role of Employee Motivation”, *Engineering, Technology & Applied Science Research*, Vol. 8, No. 4, P. 3098-3102, DOI: 10.48084/etasr.1730.

MODEL OF MANAGEMENT OF INNOVATION ACTIVITY OF TEXTILE INDUSTRY ENTERPRISES

G. A. Pazilov^{1*}, B. S. Kulbay², A. N. Aitymbetova²

¹Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Republic of Kazakhstan

²M. Auezov South Kazakhstan University, Shymkent, Republic of Kazakhstan

ABSTRACT

The purpose of the research is to develop a model for managing the innovative activity of textile enterprises in Kazakhstan, taking into account the study of foreign experience, scientific works in the field of managing innovative activity, and also taking into account the peculiarities of the functioning of domestic textile enterprises.

Methodology – the article uses generally accepted scientific methods of analysis and synthesis, methods of comparison, generalization of research results, methods of expert assessment. We also used a systemic and integrated approach to the study of management problems and the development of socio-economic processes in society.

Originality / value of the research. Most of the textile enterprises in the Republic of Kazakhstan are small and all of them belong to the private sector. Despite various measures of state support, the competitiveness of domestic textile enterprises remains at a low level. Therefore, in order to increase the competitiveness of textile enterprises, it is necessary to stimulate their innovative activity. The article examines the need to create a management model for effective management of innovative activities of domestic textile enterprises.

Findings. A model for managing innovative activities of textile enterprises has been developed. The model proposed by the authors provides for the creation of a center for the management of innovative activities of textile enterprises and the use of a cross-functional integrated method when forming a team of employees implementing innovations. According to the authors, this will have a positive impact on increasing the competitiveness of domestic textile enterprises.

Keywords: innovation, textile industry, innovation activity, management model, cross-functional team, innovation infrastructure.

МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ ТЕКСТИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Г. А. Пазиллов^{1*}, Б. С. Кулбай², А. Н. Айтымбетова²

¹Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Республика Казахстан

²Южно-Казахстанский университет имени М. Ауезова, Шымкент, Республика Казахстан

АННОТАЦИЯ

Целью исследования является разработка модели управления инновационной деятельностью текстильных предприятий Казахстана, с учетом изучения зарубежного опыта, научных трудов в области управления инновационной деятельностью, а также учитывая особенности функционирования отечественных текстильных предприятий.

Методология – в статье использованы общепринятые научные методы анализа и синтеза, методы сопоставления, обобщения результатов исследования, методы экспертной оценки. Также использовались системный и комплексный подходы к исследованию проблем управления и развития социально-экономических процессов в обществе.

Оригинальность / ценность исследования – большинство текстильных предприятий в Республике Казахстан являются малыми, и все они относятся к частному сектору. Несмотря на различные меры государственной поддержки, конкурентоспособность отечественных текстильных предприятий остается на низком уровне. Поэтому для повышения конкурентоспособности текстильных предприятий необходимо стимулировать их инновационную активность. В статье исследуется необходимость создания модели управления для эффективного управления инновационной деятельностью отечественных текстильных предприятий.

Результаты исследования. Разработана модель управления инновационной деятельностью текстильных предприятий. Предлагаемая авторами модель предусматривает создание центра управления инновационной деятельностью текстильных предприятий и использование кросс-функционального комплексного метода при формировании команды сотрудников, реализующих инновации. По мнению авторов, это окажет позитивное влияние на повышении конкурентоспособности отечественных текстильных предприятий.

Ключевые слова: инновации, текстильная промышленность, инновационная активность, модель управления, кросс-функциональная команда, инновационная инфраструктура.

АВТОРЛАР ТУРАЛЫ

Пазиллов Галимжан Абдирасулович – докторант PhD, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан Республикасы, e-mail: pgalimjan@mail.ru*

Құлбай Бауыржан Сусарович – PhD, аға оқытушы, М. Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан университеті, Шымкент, Қазақстан Республикасы, e-mail: bauka.ks@mail.ru

Айтымбетова Айнура Нурлановна – экономика ғылымдарының кандидаты, доцент, М. Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан университеті, Шымкент, Қазақстан Республикасы, e-mail: a.ainura-81@mail.ru