

MPHTI: 06.35.51

JEL Classification: L26

DOI: <https://doi.org/10.52821/2789-4401-2022-4-106-118>

СТРАТЕГИЯЛЫҚ ӘЛЕУЕТТІ ЕСКЕРЕ ОТЫРЫП ҰЙЫМДАРДЫҢ БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІГІН БАҒАЛАУ

Р. Е. Джаншанло¹, Г. Е. Жунисова^{1*}, М. С. Агзамов²

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

²С. Аманжолов атындағы Шығыс Қазақстан Университеті, Өскемен, Қазақстан Республикасы

АНДАТПА

Зерттеудің мақсаты ұйымдардың бәсекеге қабілеттілігін стратегиялық бағалау әдістемесін жасау болып табылады.

Әдіснамасы. Зерттеу әдістемесі жалпы ғылыми әдістерге негізделген: талдау мен синтез; жүйелік, логикалық және салыстырмалы және стратегиялық талдау; іріктеу сауалнамалары; көп факторлы модельдеу; графикалық әдіс. Зерттелетін мәселе бойынша анықтамалық, статистикалық және нормативтік материалдар қолданылған. Бәсекеге қабілеттілікті талдау мен бағалау әдістерінің екі тобы қолданылады: сапалық және сандық.

Зерттеудің бірегейлігі / құндылығы. Ұйымдардың бәсекеге қабілеттілік деңгейін бағалаудың қолданыстағы әдістерінің ішінде авторлар интегралды әдіске баса назар аударады, мультипликативті әдісті қолдана отырып ұйымдардың бәсекеге қабілеттілігінің интегралды индикаторын есептеу алгоритмі ұсынылды және жеке көрсеткіштердің қажетті жүйесі қалыптасты. Теориялық негіздемелер келтірілген, ұйымдардың өндірістік -қаржылық қызметінің стратегиялық көрсеткіштеріне негізделген бәсекеге қабілеттіліктің интегралды көрсеткішін есептеу алгоритмі берілген. Болжамдар бәсекеге қабілеттілік деңгейінің жоғарылауына тікелей әсер ететін ұйымдардың тиімділік көрсеткіштерін стратегиялық жоспарлау мен дамытудың мүмкіндіктерін іске асыруға мүмкіндік береді. Бұл жағдайда көп айнымалы регрессиялық талдау әдісі қолданылады.

Зерттеу нәтижелері. Бәсекеге қабілеттілік деңгейінің жоғарылауына тікелей әсер ететін ұйымның стратегиялық жоспарларын құруға және сол көрсеткіштерді дамытуға талдамалық негіз жасау.

Түйін сөздер: бәсекеге қабілеттілік, ұйымдастыру, стратегиялық талдау, бағалау, көрсеткіштер, әдістер, көп факторлы корреляциялық-регрессиялық талдау.

КІРІСПЕ

Бәсекелестік шектеулі ресурстар шарттарында бір мақсатқа жетуге мүдделі экономикалық бірліктер арасындағы бәсекелестік ретінде анықталады. Аталған анықтама шеңберінде оның мәні, нарықтық бәсекелестік жағдайында кәсіпкерлік субъектілеріне барынша әсер ететін: жаңа бәсекелестердің кіру қаупі, алмастыратын өнімдердің пайда болу қаупі, жеткізушілердің экономикалық әлеуеті, сатып алушылардың экономикалық әлеуеті, нарықтағы бәсекелестер арасындағы бәсекелестік сияқты детерминанттары бар бәсекелестіктің бес күші тұжырымдамасы түрінде ұсынылуы мүмкін.

Бәсекеге қабілеттілік шаруашылық жүргізуші субъектілердің экономикалық қызметінің тиімділігін бағалау үшін қолданылатын маңызды интегралды сипаттамалардың бірі болып келеді. Бәсекеге қабілеттілік сөзінің өзі, қандай да бір субъектіге қатысты, бұл субъектінің (әлеуетті және/немесе нақты) бәсекелестікке төтеп беру қабілетін білдіреді.

Бүгінгі таңда өнімнің бәсекеге қабілеттілігін бағалауда белгілі бір жетістіктерге қол жеткізілді, біркелкі тауарлар мен қызметтердің бәсекеге қабілеттілігін бағалаудың қолайлы әдістері әзірленді. Ұйымдардың бәсекеге қабілеттілігін бағалау кезінде жағдай күрделене түседі. Бұл бағытта белгілі бір қадамдар жасалғанына және жасалып жатқанына қарамастан, экономистер ұйымның бәсекеге қабі-

леттілігін кешенді бағалаудың әмбебап және жалпыға бірдей танылған әдістемесін әзірлеген жоқ.

Сонымен бірге, нарықтық экономика жағдайында бәсекеге қабілетті деңгейін бағалау кез келген шаруашылық субъектісінің қызметінің ажырамас бөлігі болып табылатындықтан ұйымның бәсекеге қабілеттілігін бағалау қажеттілігі бар. Бәсекелестер мен саладағы бәсекелестік шарттарын зерттеу, ең алдымен, бәсекелестерге қарағанда оның артықшылықтары мен кемшіліктері неде екенін анықтау және ұйымға өзінің табысты бәсекелестік стратегиясын әзірлеу және оны қолдау үшін қорытынды шығару үшін қажет. Ұйымның бәсекеге қабілеттілігін анықтау кез келген шаруашылық субъектісінің қызметінің ажырамас бөлігі болып табылады.

Әдебиетке шолу. Көптеген ғалымдар мен экономистердің жұмысы ұйымның бәсекеге қабілеттілік мәселелерін зерттеуге арналған. Атап айтқанда, И. Ансоф, М. Портер, Ф. Котлер, Э. Дихтл, Х. Хершген, В. Томпсон, Дж. Шумпетер сияқты шетелдік авторларды бөліп көрсеткен жөн. Орыс және украин ғалымдарының ішінде біз Р. А. Фатхутдинов, В. В. Царев, Е. В. Минько, М. Л. Кричевский, С. В. Кирбитова, Ю. П. Анискин, М. И. Бухалков, В. Н. Васильев, Г. А. Краюхин, В. Н. Родионова, П. В. Забелин, Ю. Б. Иванов, В. Д. Немцов, Д. С. Воронов, Л. Е. Довган және басқаларының шығармаларын ескеруге болады. Қазақстанда бәсекеге қабілеттілік мәселелерімен О. Сабден, В. Додонов, А. Б. Билдебаева, Ж. С. Темербулатова және т. б. айналысқан.

Бәсекеге қабілеттілікті бағалауды қарастыруға кіріспес бұрын, ғылыми жұмыстар мен жарияланымдар авторларының ұстанымдарын ескере отырып, «бәсекеге қабілеттілік» түсінігін нақтылау қажет.

Кесте 1 – Әр түрлі авторлардың «Бәсекеге қабілеттілік» түсінігінің анықтамалары

№	Позиция	Авторы, источник	Определения
1	Өнімді немесе қызметті қарастырмай, бәсекеге қабілеттілікті ұйымның сыртқы және ішкі қызметінің сипаттамасы ретінде қарастыру	М. Портер [1]	Нарықтық қатынастар субъектісінің нарықтық қатынастардың ұқсас субъектілерімен тең дәрежеде әрекет ету қабілеті
		В. В. Царев [2]	Ұйым жұмысының ішкі және сыртқы ортасының көрсеткіштерінің жиынтығы
		Ю. Б. Иванов [3]	Өндірістік-экономикалық жүйелердің қолданыстағы бәсекелестік артықшылықтарды сақтау, дамыту немесе сыртқы ортаға бейімделу процесінде қозғалыс траекториясын немесе жоспарланған жұмыс режимін өзгерту мүмкіндігі.
		И. М. Акимова [4]	Ұйымның макроорта тез өзгеретін кезде өзінің таңдаған қызмет саласында жұмысын жалғастыра алу, қоршаған ортаның өзгеруіне бейімделу, өзінің бәсекелестік артықшылықтарын құру және осының негізінде бәсекелестерге қарағанда жақсы нәтижеге жету қабілеті.
		Д. С. Воронов [5]	Шаруашылық жүргізуші субъектінің экономикалық ресурстарды пайдалануда бәсекелестердің экономикалық ресурстарды пайдалану тиімділігіне қатысты тиімділік деңгейі бар.
2	Бәсекеге қабілеттіліктің негізгі компоненті ретінде тек тауарларға немесе қызметтерге негізделген анықтамалар	Р. А. Фатхутдинов [6]	Нарықтағы ұқсас объектілермен салыстырғанда нақты қажеттілікті қанағаттандыру дәрежесін сипаттайтын объектілердің қасиеті
		А. А. Машковская, О. А. Лымарева [7]	Ұйымның бәсекеге қабілетті тауарлар немесе қызметтерді жеткізу қабілеті
		И. В. Корнеева, В. Е. Хруцкий [8]	Бәсекеге қабілетті өнімдер мен қызметтерді өндіру мен сату арқылы белгілі бір уақыт кезеңінде нақты нарықта (сату аймағында) табысты жұмыс істеу мүмкіндігі
		В. А. Ганэ, Н. А. Гончарук [9]	Осы нарықтағы ұқсас объектілермен салыстырғанда нақты қажеттілікті нақты немесе әлеуетті қанағаттандыру дәрежесімен сипатталатын объектінің қасиеті

3	Бәсекеге қабілеттілікті тауарлар немесе қызметтер мен ұйымның өндірістік қызметінің өзара әрекеті ретінде қарастыру	М. В. Парфенова [10]	Бұл белгілі бір өндірушінің бәсекелесінен даму үрдісінің айырмашылығын көрсететін салыстырмалы сипаттама (белгілі бір әлеуметтік қажеттіліктің өзіндік қызметтері мен тауарларына қанағаттану дәрежесі, ұйымның өндірістік қызметінің өнімділік деңгейі сияқты факторлары бойынша)
		А. Г. Мокроносов, И. Н. Маврина [11]	Ішкі және сыртқы нарықта бәсекелес аналогтармен сәтті (немесе сәтсіз) қарсыласатын тауар өндірушінің экономикалық, ғылыми, техникалық, өндірістік, ұйымдастырушылық, басқарушылық, маркетингтік және басқа мүмкіндіктерінің шоғырланған көрінісі.
		А. Т. Похилько [12]	Бұл бәсекелестен белгілі бір өндірушінің даму үрдісінің айырмашылығын көрсететін салыстырмалы сипаттама (белгілі бір әлеуметтік қажеттілікке өзінің қызметтері мен тауарларына қанағаттану дәрежесі, өндірістік қызметтің өнімділік деңгейі сияқты факторлар бойынша).
		А. Е. Сенникова, И. В. Шахов [13]	Сыртқы орта бағалайтын, нарықтың жекелеген сегменттерінде белгілі бір сәтте және басқаларға зиян келтірместен алынатын кәсіпкерлік субъектінің бәсекелестерден артықшылығын түсіну қажет. Ол белгілі бір тауарлардың бәсекеге қабілеттілік дәрежесімен, қазіргі уақытта, сонымен қатар болашақта ұқсас қызметтерден асатын қызметтерді құруға, өндіруге, сатуға, қызмет көрсетуге қабілеттілігімен сипатталатын «сапа-баға» критерийі бойынша бәсекелестік мүмкіндіктер деңгейімен анықталады.
Ескерту – [1-13] дереккөздері негізінде авторлармен құрастырылған			

Экономикалық әдебиеттерде «бәсекеге қабілеттілік» түсінігінің қолданыстағы анықтамаларының әртүрлілігі келесі жағдайларға байланысты:

- мәселені тұжырымдау ерекшеліктері бойынша және авторды бәсекелестік қабілеттіліктің сол немесе басқа аспектілеріне назар аудару қажеттілігіне әкелетін зерттеу мақсаты бойынша;
- немесе бәсекелестік объектілері (тауарлар, қызметтер) мен бәсекелестік субъектілері (ұйымдар, өндірістер, аймақтар, ұлттық экономика, мемлекет) және бәсекелестік объектілері (сұраныс, нарық, өндіріс факторлары: табиғи ресурстар, еңбек, капитал, бағалы қағаздар, ақпарат, саяси билік, және белсенділік ауқымы (тауар нарығы, салалық нарық, аймақтық нарық, аймақаралық нарық, әлемдік нарық) болуы мүмкін зерттеу пәнін таңдау ерекшеліктері бойынша.

ЗЕРТТЕУДІҢ НЕГІЗГІ БӨЛІМІ

Бәсекеге қабілеттілікті бағалау – бұл ұйымның басшылығы мен инвесторлар үшін өзекті мәселелердің бірі болып табылады. Ұйымдардың бәсекеге қабілеттілігін бағалаудың қолданыстағы әдістері туралы айта отырып, ең алдымен, экономистер әдістердің көптеген түрлерін ұсынғанын байқаймыз.

Бұл әдістерді топтау үшін олардың көптеген жіктелуі берілген: теориялық мазмұнына, бағалау нәтижелерін көрініс табуына, көрсеткіштердің математикалық байланысының формасына сәйкес және тағы басқа. Зерттеу шеңберінде ұйымдардың бәсекеге қабілеттілігін бағалау әдістерінің мазмұндық (классикалық) жіктелуі талданды. Сондай-ақ, зерттеуде қолданыстағы тәсілдердің тек негізгісі (ең кең тарағаны) қарастырылатынын ескереміз. Ұйымның бәсекеге қабілеттілігін бағалаудың қолданыстағы әдістерін талдау ұсынылған әдістердің жалпы кемшіліктерін атап өтуге де мүмкіндік береді.

Әдістердің басым көпшілігі экономикалық субъектілердің бәсекеге қабілеттілігіне әсер ететін факторларды анықтауға негізделген және олардың толық тізімін жасауға баса назар аударылады. Дегенмен, ұйымның бәсекеге қабілеттілігінің факторлар жүйесі әлі де толық емес, ал бұл жүйенің элементтері анық емес. Осылайша, бәсекеге қабілеттілік факторларының саны шексіз, сондықтан олардың тізімі қаншалықты кең болғанына қарамастан, ол әлі де толық болмайды және ұйымның бәсекеге қабілеттілігін осындай толық емес тізім бойынша бағалау жеткіліксіз болады. Бәсекеге қабілеттілікке

әсер етуші факторларының толық тізіміне басымдық бере отырып, зерттеушілер тығырыққа тіреледі, өйткені мұндай тізім жасау мүмкін емес.

Ұйымдардың бәсекеге қабілеттілігін бағалаудың бірқатар әдістері өте күрделі кіршіксіз құрылымдарға негізделген: экономикалық ғылымға жаңа анықтамалар мен көрсеткіштер енгізілді, әр түрлі матрицалар құрылды, жаңа координаттар жүйесі енгізілді және т. б. Ал, қолданылған теориялық үлгілердің логикалық негізділігі күмән тудырмаса да, белгілі бір экономикалық субъектінің нақты экономикалық жағдайында бұл үлгілер өте абстрактілі болып көрінеді. Нәтижесінде, бірқатар жағдайларда сол немесе басқа ұсынылған параметрге қандай да бір нақты сандық бағалау жүргізу мүмкін емес, сонымен қатар оған нақты анықтама беру мүлде қиын. Мұның бәрі енгізілген категорияларды математикалық өңдеу мүмкіндігін айтарлықтай төмендетеді және ұйымның бәсекеге қабілеттілігін лайықты бағалауға мүмкіндік бермейді.

Белгілі бір сын әр түрлі сипаттағы техникалық-экономикалық көрсеткіштердің экономикалық субъектінің бәсекеге қабілеттілігінің бірыңғай көрсеткішіне дейін төмендеуінен туындайды. Мұнда экономистер бағаланатын факторлардың әрқайсысының өлшенген мәнін анықтайтын коэффициенттерді енгізеді. Алайда, әр нақты экономикалық жағдайда әр түрлі экономикалық факторлар әр түрлі дәрежеде ұйымдардың бәсекеге қабілеттілігіне әсер етеді. Сондықтан барлық шаруашылық жүргізуші субъектілер үшін біркелкі салмақ коэффициенттерін әдейі бекіту дұрыс емес болып табылады.

Бәсекеге қабілеттілікті бағалаудың қолданыстағы әдістерін талдау олардың ешқайсысы ұйымдардың бәсекеге қабілеттілігін кешенді бағалау мәселесін шешпейтінін көрсетті. Әдістердің ешқайсысы бәсекеге қабілеттіліктің стратегиялық және ағымдағы айнымалыларын біріктірмейді, ұйымдар арасындағы бәсекелестіктің ерекшеліктерін, сонымен қатар бәсекеге қабілеттілік факторларының көпқабаттығы мен өзара тәуелділігін ескермейді. Демек, мұндай күрделі әдістемені қалыптастыру міндеті өзекті. Ұйымды бағалаудың кешенді әдістемесіне қойылатын талап көп деңгейлі бағалаудың қажеттілігі болып табылады: ағымдағы бәсекеге қабілеттіліктің ішкі және сыртқы көрсеткіштері; ұйымның стратегиялық бәсекеге қабілеттілігінің ішкі және сыртқы көрсеткіштері.

Ұйымдардың бәсекеге қабілеттілігін бағалаудың қолданыстағы әдістерін талдау олардың күшті және әлсіз жақтарын анықтауға мүмкіндік берді. Қолданыстағы бағалау әдістеріндегі кемшіліктердің негізгі себебі бастапқыда ұйымның бәсекеге қабілеттілігі ұғымын толық анықтамау және бағалау критерийлерін таңдауда кешенді тәсілдің болмауы болып табылады.

Осы тұрғыда біз осы экономикалық категорияның келесідей авторлық анықтамасын ұсынамыз: бәсекеге қабілеттілік – бұл ұйымның бәсекелестерінің тауарларына қарағанда баға мен бағалық емес сипаттамалары бойынша тұтынушылар үшін тартымды тауарларды жобалау, өндіру және сату мүмкіндігі.

Бәсекеге қабілеттілікті бағалаудың мақсаты – бір жағынан, ұйымның салалық нарықтағы жағдайын ескере отырып, бәсекеге қабілеттілікті түзету туралы ұйым басшылығының, екінші жағынан, сыртқы пайдаланушылардың осы ұйымға қатысты нақты бағдарламаларды жүзеге асыруы туралы шешім қабылдауы үшін шынайы ақпарат алу. Белгіленген мақсаттан ұйымның бәсекеге қабілеттілігін бағалау кезінде шешілетін келесі міндеттерді анықтауға болады:

- қазіргі уақытта бәсекеге қабілеттілік деңгейін анықтау;
- белгілі бір кезеңде бәсекеге қабілеттілікті арттыруда бағыттар мен заңдылықтарды анықтау;
- ұйымның бәсекеге қабілеттілігіне теріс әсер ететін «тар жерлерді» белгілеу;
- бәсекеге қабілеттілікті арттыру үшін қолданылатын резервтерді анықтау.

Қазіргі ғылымда бәсекеге қабілеттілікті анықтайтын алты негізгі тәсіл бар.

Бірінші тәсілге сәйкес бәсекеге қабілеттілік бәсекелестермен салыстырғанда артықшылықтар тұрғысынан қарастырылады. Екінші тәсіл А. Маршаллдың тепе-теңдік теориясына негізделген. Өндірушінің басқа күйге ауысуына ешқандай себеп жоқ және ол максималды пайда мен сату деңгейіне жетеді.

Үшінші тәсіл құзыреттіліктің әртүрлі сипаттамалары бойынша көпбұрышты профильдерді құрастыру негізінде өнім сапасы бойынша бәсекеге қабілеттілікті бағалау болып табылады. Төртінші тәсіл матрицаларды құру және стратегияны алдын-ала таңдау арқылы жүзеге асырылатын бәсекеге қабі-

леттілікті бағалаудың матрицалық әдісі. Бесінші тәсіл құрылымдық, оған сәйкес ұйымның жағдайын келесі көрсеткіштер арқылы бағалауға болады: саланың монополиялану деңгейі, нарықта пайда болатын жаңа кәсіпорындар үшін кедергілердің болуы.

Алтыншы тәсіл функционалды, оның өкілдері шығындар мен бағаның арақатынасын, өндіріс қуатын жүктеу көлемін, өнім санын және басқа көрсеткіштерді анықтайды. Осы тәсілге сәйкес тауарларды өндіру және одан әрі сату жақсы жолға қойылған, қаржы ресурстарын басқару тиімдірек ұйымдас-тырылған ұйымдар бәсекеге қабілетті болып саналады [13].

Біз ұйымдардың бәсекеге қабілеттілігін бағалауды ұйым қол жеткізген қызмет нәтижелерін стратегиялық талдау нәтижелері бойынша жүргіземіз. Бұл сипаттама белгілі бір әлеуетті бағалауға арналған өзара байланысты элементтер жүйесін қамтиды, мысалы: операциялық тиімділік және стратегиялық әлеует.

Операциондық тиімділік қызметтің ұқсас түрлерін бәсекелестерге қарағанда жақсырақ орындау. Ол белгілі бір іс-шаралардың тиімділігін бағалауды, сондай-ақ ұйымға қолданыстағы өндіріс факторларын пайдалануды күшейтуге мүмкіндік беретін бірқатар басқа шараларды қамтиды, мысалы, өнімнің ақауын азайту немесе жаңа өнімдердің тез дамуы.

Ал ұйымның стратегиялық әлеуеті бәсекелестерден өзгеше іс-әрекеттерді жүзеге асыруды немесе ұқсас әрекеттерді орындауды білдіреді, бірақ басқа жолдармен. Стратегиялық әлеуеттің мәнін құрылған пайдалану құнының ерекше табиғатын қамтамасыз ететін іс-әрекеттерді жүзеге асыру ретінде тұжырымдауға болады. Стратегиялық әлеует бәсекелестердің қызмет түрлерінен өзгеше қызмет түрлерін үйлестіруді жүзеге асыруға негізделген бірегей және пайдалы позицияны құрудан тұрады.

Операциондық тиімділік артық құнды іске асыру үрдісінде пайда алуды қамтамасыз етсе, ал стратегиялық әлеует сату нарықтарын құру, қолдау және кеңейту арқылы бұл үрдістің жалпы мүмкіндігін қамтамасыз етеді. Демек, бәсекеге қабілеттіліктің қарастырылған көздерінің әрқайсысы жеке-жеке ұйымның бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз етудің қажетті, бірақ жеткіліксіз шарты болып табылады. Шаруашылық жүргізуші субъектінің тұрақты бәсекеге қабілеттілігіне ол бәсекеге қабілеттіліктің екі көзіне негізделгенде ғана қол жеткізуге болады, олар бір-бірін біріктіріп, өзара әрекеттесіп, толықтырып, күшейте отырып, бәсекелестік кезінде ұйымның күшті бәсекелестік артықшылықтарын жасайды.

Ұйымның экономикалық ресурстарды пайдалану тиімділігін сипаттау сайып келгенде оның операциондық тиімділігі мен стратегиялық әлеуетін бағалауды білдіреді. Осы компоненттерді бірыңғай индикаторға енгізу арқылы біз зерттелетін ұйымның бәсекеге қабілеттілігінің бағасын аламыз [14]:

$$B = K_{от} \cdot K_{са}, \quad (1)$$

мұндағы: B – зерттеліп отырған ұйымның бәсекеге қабілеттілігі; $K_{от}$ – операциондық тиімділік көрсеткіші; $K_{са}$ – стратегиялық әлеует көрсеткіші.

Ұйымдардың бәсекеге қабілеттілігін бағалау үшін келесі кезеңдерді қамтитын салыстырмалы рейтингтік бағалау әдістемесі қолданылды:

1. Ұйымдардың бәсекеге қабілеттілігі көрсеткіштерінің жүйесін негіздеу және ақпарат жинау.
2. Көрсеткіштер (коэффициенттер) мәндерін есептеу.
3. Өлшемдерді жинақтаудың таңдалған әдісі бойынша интегралдық рейтингтік бағалауды есептеу.
4. Ұйымдарды интегралдық рейтингтік бағалау көрсеткішінің мәндері бойынша саралау.

Салыстырмалы бағалау бәсекеге қабілеттіліктің барлық маңызды параметрлерін ескеруі керек және индикаторлардың еркін жиынтығына емес, бәсекеге қабілеттілік үшін маңызды болып табылатын ұйым қызметінің аспектілеріне негізделуі керек. Мұндай сипаттамаларға әдетте экономикалық қызметтің кірістілігі мен тиімділігін бағалау көрсеткіштері, басқару тиімділігін бағалау көрсеткіштері, іскерлік белсенділікті бағалау көрсеткіштері, өтімділік пен нарықтық тұрақтылықты бағалау көрсеткіштері, төлем қабілеттілігі көрсеткіштері кіреді [14].

Осылайша, ұйымдардың бәсекеге қабілеттілігін бағалау үшін элементтердің 2 жүйесінің жиынтығы негізделген, олардың сандық өлшемі 6 индикаторды (Кесте 2) қолдана отырып жүзеге асырылады.

Кесте 2 – ұйымдардың бәсекеге қабілеттілік элементтері мен көрсеткіштерінің жүйесі

Элементтер жүйесі	Көрсеткіштер	Есептеу формулалары
Ұйым қызметінің операциялық тиімділігі	Операциондық пайда коэффициенті (K_1)	[Түсім - (сатылған өнімнің өзіндік құны + өткізу бойынша шығыстар + жалпы және әкімшілік шығыстар + Өзге операциялық шығыстар)] / түсім
	Операциондық тиімділік көрсеткіші (K_2)	Түсім / (сатылған өнімнің өзіндік құны + өткізу бойынша шығыстар + жалпы және әкімшілік шығыстар + Өзге операциялық шығыстар)
Ұйымның стратегиялық әлеуеті	Техникалық даму деңгейі (K_3)	Негізгі құралдар / Активтер
	Активтердің мобильділік коэффициенті (K_4)	Қысқа мерзімді активтер / Ұзақ мерзімді активтер
	Қаржылық тұрақтылық коэффициенті (K_5)	(Капитал + Ұзақ мерзімді міндеттемелер) / Баланс валютасы
	Активтердің айналымдылық коэффициенті (K_6)	Түсім / Активтер
Ескерту – [15] дереккөзі негізінде авторлармен құрастырылған		

2-кестеден қызметтің операциялық тиімділігі екі көрсеткішпен (K_1 - K_2), ал ұйымның стратегиялық әлеуеті төрт көрсеткішпен (K_3 – K_6) сипатталатынын көруге болады.

Ұйымдардың бәсекеге қабілеттілігін есептеу «Рахат» АҚ және «Баян сұлу» АҚ кондитерлік фабрикаларының 2012-2021 жылдардағы қаржылық есептілігінің деректері бойынша жүргізілді (Кесте 3).

Кесте 3 – Ұйымдардың бәсекеге қабілеттілігінің көрсеткіштері

Ұйымдар	Жылдар	K_1	K_2	K_3	K_4	K_5	K_6
«Рахат» АҚ	2012	0,075	1,081	0,410	1,337	0,919	1,773
	2013	0,085	1,092	0,388	1,499	0,911	1,637
	2014	0,102	1,112	0,358	1,691	0,921	1,574
	2015	0,078	1,085	0,359	1,608	0,929	1,670
	2016	0,110	1,124	0,395	1,506	0,913	1,253
	2017	0,107	1,115	0,342	1,230	0,901	1,510
	2018	0,137	1,159	0,315	2,897	0,914	1,426
	2019	0,145	1,169	0,336	1,794	0,919	1,280
	20120	0,129	1,148	0,031	1,984	0,909	1,160
«Баян сұлу» АҚ	2021	0,142	1,165	0,346	1,790	0,940	1,042
	2012	0,164	0,859	0,412	0,877	0,828	0,898
	2013	0,003	1,004	0,434	0,822	0,876	0,869
	2014	0,029	1,030	0,439	0,848	0,866	0,979
	2015	0,044	1,046	0,448	0,854	0,847	1,010
	2016	0,040	0,939	0,400	0,965	0,733	0,754
	2017	0,063	1,067	0,338	1,537	0,661	1,033
	2018	0,083	1,091	0,359	1,407	0,694	1,119
	2019	0,064	1,069	0,347	1,435	0,692	0,915
	20120	0,071	1,077	0,300	1,899	0,622	0,797
	2021	0,061	1,065	0,289	2,025	0,616	0,959
Ескерту – [16-17] дереккөздері негізінде авторлармен құрастырылған							

Ұйымдардың қызметін талдау және бағалау үшін көрсеткіштер кешенін пайдалану экономикалық тәжірибеде кең таралған, бірақ бұл әдіс жалпы бағалау жасауға мүмкіндік бермейді. Сондықтан, ұйымның бәсекеге қабілеттілігінің жалпы көрінісін алу үшін интегралды индикаторды пайдалану қажет.

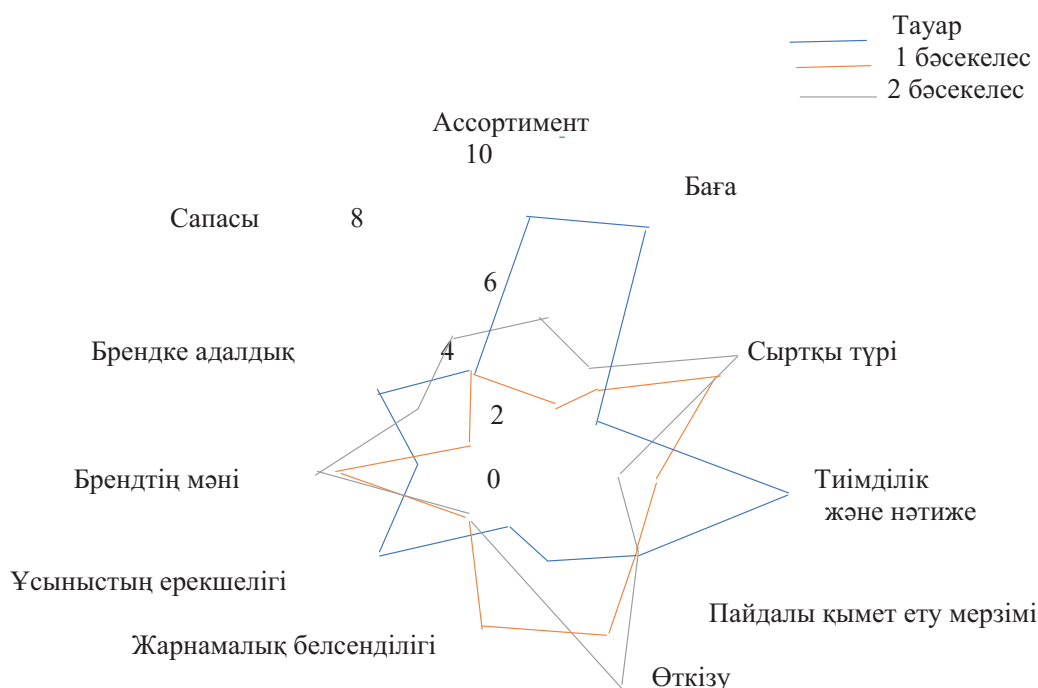
Біз интегралды индикаторды жергілікті индикаторлардың маңыздылығы бойынша өлшенген өнім түрінде құруға мүмкіндік беретін мультипликативті әдіс бойынша көрсеткіштерді жинақтадық. Есептеулер MS EXCEL көмегімен жүргізілді.

2-кестенің көрсеткіштерін ықпалдастыру бәсекелі бенчмаркинг принциптерін қолдана отырып, сараланған бағалау көмегімен жүргізіледі:

$$I = (K_1 \cdot K_2 \cdot K_3 \cdot \dots \cdot K_n)^{1/6}. \quad (2)$$

мұндағы I – интегралды көрсеткіш.

I көрсеткіші неғұрлым жоғары болса, қарастырылып отырған ұйым басқаларға қарағанда бәсекеге қабілетті болады. Көрнекі болу үшін алынған нәтижелерді әр нақты деңгей үшін бәсекеге қабілеттіліктің көпбұрышы ретінде ұсынуға болады (Сурет 1).



Сурет 1 – Ұйымдардың бәсекеге қабілеттілігінің көпбұрышы

Ескерту – [15] дереккөзі негізінде авторалмрмен құрастырылған

Өз кезегінде ашық әлеуметтік-экономикалық жүйе болып табылатын ұйымның бәсекеге қабілеттілігіне көптеген факторлар әсер етеді. Факторларды, әсер ету дәрежесін анықтау, оларды есепке алу тәсілдерін белгілеу және бәсекелестік деңгейін жақсарту үшін пайдалану аталған экономикалық категорияны зерттеудің маңызды міндеттерінің бірі болып табылады.

Ұйымның бәсекеге қабілеттілігі, бір жағынан, бәсекелестік орта факторларымен, екінші жағынан, негізгі факторлармен аныкталады. Осы факторлардың әрқайсысы өз кезегінде өте күрделі құрамы мен құрылымына ие.

Негізгі факторлар мен бәсекелестік орта факторлары өзара тығыз диалектикалық бірлікте. Бір-біріне тұрақты әсер ете отырып, бір-бірінен туындайтын факторлардың қарастырылған блоктары ұйымның бәсекеге қабілеттілігінің екі түрлі көзін құрайды: операциондық тиімділік және стратегиялық әлеует (Сурет 2).



Сурет 2 – Ұйымның бәсекеге қабілеттілік факторларын жіктеу

Ескерту – [6] дереккөзі негізінде авторалмрмен құрастырылған

Ұйымның бәсекелестік артықшылығының факторлары сыртқы, оның әсері аз дәрежеде ұйымға байланысты және ішкі, толығымен дерлік ұйым басшылығы анықтайтын факторларға бөлінеді (4-кесте).

Кесте 4 – Ұйымның бәсекеге қабілеттілігінің сыртқы және ішкі факторлары

№	Факторлар	Есептеу формулалары
Сыртқы факторлар		
1	Мемлекеттің экономикалық дамуының деңгейі (X_1)	Жалпы ішкі өнім / Орташа жылдық халық саны
2	Қайта қаржыландырудың орташа мөлшерлемесі (X_2)	ҚР-ның Ұлттық банкінің берілгендері бойынша
3	Корпоративтік табыс салығының ставкасы (X_3)	Қазақстан салық төлеушілер қауымдастығының мәліметі бойынша
4	Қазақстанның жалпы өндірісіндегі кондитерлік өнімдердің үлесі (X_4)	Елдегі кондитерлік өнімдер / Жалпы ішкі өнім

5	Ғылыми-техникалық прогрестің деңгейі (X_5)	Ғылыми-зерттеу шығындарының үлесі / Жалпы ішкі өнім
Ішкі факторлар		
6	Өнім сапасы (X_6)	Түсім / өткізілген өнімнің өзіндік құны
7	Маркетинг стратегиясының тиімділік деңгейі (X_7)	Түсім / мемлекеттегі кондитерлік өнімдердің өндіріс деңгейі
8	Қызметкерлердің кәсібилік деңгейі (X_8)	(Қызметкерлердің жұмысынан қосылған құн – қызметкерлерге кеткен шығындар) / қызметкерлерге кеткен шығындар
9	Өндірістің технологиялық деңгейі (X_9)	Өнім бірлігінің өзіндік құнының төмендеуі / Техникалық прогрестің қолданыстағы факторының өсімі
10	Ұйымның іскерлік беделінің деңгейі (гудвилл) (X_{10})	Материалдық емес активтер / Ұзақ мерзімді активтер
Ескерту – [15] дереккөзі негізінде авторлармен құрастырылған		

Ұйымдардың бәсекеге қабілеттілігін стратегиялық болжау үшін көрсеткіштер арасындағы тәуелділікті анықтау мақсатында корреляциялық талдау жүргізу қажет. Ол үшін зерттелетін көрсеткішке әсер ететін факторлар анықталып, корреляциялық талдау үшін ең маңыздысы таңдалады. Факторларды таңдау экономикалық талдаудың өте маңызды сәті болып табылады. Өйткені олар талдау нәтижелері мен қорытындыларға тікелей әсер етеді.

Жұптық корреляция коэффициентін r пайдалана отырып, біз ең маңызды факторларды таңдадық. Ұйымдардың бәсекеге қабілеттілігіне әсер ететін 10 фактордың ішінде 6 фактор ең маңызды болып шықты.

Жұмыс барысында 2012-2021 жылдарға арналған «Рахат» АҚ және «Баян Сұлу» АҚ деректері бойынша құрылған ұйымдардың бәсекеге қабілеттілігін болжауға арналған көп нұсқалы корреляциялық-регрессиялық моделі әзірленді. (5-кесте).

Кесте 5 – Ұйымның бәсекеге қабілеттілігін болжау моделін жасақтаудың берілгендері

Ұйымдар	Жылдар	Интегралды көрсеткіш (I)	X_1	X_2	X_4	X_6	X_7	X_{10}
			Жұптық корреляция коэффициенттері (r)					
			0,573	0,602	0,448	0,524	0,507	0,485
			Величина факторов					
«Рахат» АҚ	2012	2,304	1648587	7,40	0,002	1,228	0,624	0,008
	2013	2,064	1809581	6,50	0,001	1,269	0,647	0,008
	2014	2,086	2147887	5,504	0,001	1,233	0,628	0,009
	2015	2,413	2245957	12,00	0,001	1,279	0,636	0,009
	2016	2,450	2382168	14,00	0,001	1,286	0,631	0,008
	2017	2,585	2503692	9,67	0,002	1,262	0,610	0,008
	2018	2,802	2634437	10,46	0,002	1,326	0,602	0,011
	2019	2,883	3261160	9,25	0,002	1,355	0,638	0,011
	2020	3,479	3754727	9,16	0,004	1,325	0,649	0,015
	2021	3,034	3689474	9,80	0,002	1,325	0,582	0,014
«Баян сұлу» АҚ	2012	3,149	1648587	7,40	0,002	0,915	0,331	0,132
	2013	2,854	1809581	6,50	0,001	1,104	0,318	0,131
	2014	2,896	2147887	5,50	0,001	1,144	0,352	0,124
	2015	3,294	2245957	12,00	0,001	1,209	0,344	0,114
	2016	3,306	2382168	14,00	0,001	1,199	0,355	0,092
	2017	3,631	2503692	9,67	0,002	1,233	0,388	0,099
	2018	3,646	2634437	10,46	0,002	1,231	0,398	0,087
	2019	3,602	3261160	9,25	0,002	1,222	0,370	0,080
	2020	4,089	3754727	9,16	0,004	1,196	0,351	0,081
	2021	3,743	3689474	9,80	0,002	1,181	0,418	0,077
Ескерту – [15] дереккөзі негізінде авторлармен құрастырылған								

5-кестеде «Баян сұлу» АҚ-ның бәсекеге қабілеттілігі «Рахат» АҚ-қа қарағанда жоғары екені көрсетілген. Сонымен қатар, кестеде жуан әріптермен белгіленген «секирулер» бар.

Жұмыста «Рахат» АҚ және «Баян сұлу» АҚ 2011-2020 жылдарға арналған деректері бойынша құрылған ұйымдардың бәсекеге қабілеттілігін болжау моделі ұсынылған. Модельдеу Statistica 12 бағдарламасында 5-кестедегі мәліметтер бойынша жүргізілді. Нәтижесінде келесі көп айнымалы корреляция-регрессия моделі алынды:

$$I = -13,464 - 0,000000394X_1 + 0,0686X_2 + 600,928X_4 + 8,134X_6 + 7,088X_7 + 40,888X_{10}. \quad (3)$$

Осы модель бойынша «Рахат» АҚ және «Баян сұлу» АҚ бәсекеге қабілеттілігі есептелді (6-кесте). Көрсеткіштің тенденциясы өзгермегенін байқауға болады, бірақ қарастырылып отырған кезеңде мәндердің біркелкі бөлінуі байқалады.

Кесте 6 – Ұйымдардың бәсекеге қабілеттілігінің интегралды көрсеткішінің есептік мәндері

«Рахат» АҚ				«Баян сұлу» АҚ			
жылдар	I	жылдар	I	жылдар	I	жылдар	I
2012	2,344	2017	2,331	2012	2,782	2017	4,242
2013	2,105	2018	2,919	2013	3,460	2018	3,809
2014	1,516	2019	3,081	2014	3,538	2019	2,921
2015	2,354	2020	3,454	2015	4,009	2020	3,617
2016	2,419	2021	2,432	2016	3,189	2021	2,674

Ескерту – 5-кестенің негізінде авторлармен құрастырылған

ҚОРЫТЫНДЫ

Мақалада ұйымдардың бәсекеге қабілеттілігін бағалаудың тиімді әдістемесі ұсынылған. Әдістеменің артықшылығы оның қаржылық және өндірістік көрсеткіштерге негізделуімен түсіндіріледі. Аталған көрсеткіштер нарықтық экономика шарттарында ұйымның дамуының болашағы мен өміршеңдігін анықтайға жағдай жасайды. Сонымен қатар, таңдалған көрсеткіштер алынатын нәтижелердің жоғары сенімділігін қамтамасыз етеді. Шаруашылық жүргізуші субъектінің қызметіне әсер етуі мүмкін макро және микро деңгейдегі объективті және субъективті факторларды қамтиды. Қатысты бағалау әр түрлі өлшемдермен сипатталған көрсеткіштерді бағалау және талдау барысындағы қиындықтарды болдырмауға жағдай жасайды.

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Портер М. Конкуренция. – М.: Вильямс, 2006. – 356 с.
2. Царев В. В. Анализ конкурентоспособности предприятий (организаций). Теория и методология. – М: Юнити-Дана, 2015. – 799 с.
3. Иванов Ю. Б. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток: Монографія. – Х.: ІНЖЕК, 2008. – 352 с.
4. Акимов И. М. Промышленный маркетинг: Монография. 2-е изд. – К.: Знания; КОО, 2001. – 294 с.
6. Воронов Д. С. Оценка конкурентоспособности предприятия [Электронный ресурс] // KPIlib.RU [web-сайт]. – б.д. – URL: <http://www.kplib.ru/article.php?page=207> (Қарау уақыты: 20.08.2022).
7. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации: учебник. – М.: Эксмо, 2005. – 544 с.
8. Машковская А. А., Лымарева О. А. Влияние методов управления предприятием на его конкурентоспособность // Творчество молодых ученых и студентов в области экономических наук: материалы междунар. конкурса. – Краснодар: ФГБУ «РЭА» Минэнерго России, 2018. – С. 158-163.

9. Корнеева И. В., Хруцкий В. Е. Маркетинг: учебник и практикум для вузов. – М.: Издательство Юрайт, 2020. – 436 с.
10. Ганэ В. А., Гончарук И. А. Управление деятельностью инновационного предприятия на контрактных рынках высокотехнологических проектов // Белорусский экономический журнал. – 2010. – № 4. – С. 78-89.
11. Парфенова М. В. Анализ факторов, влияющих на конкурентоспособность фирмы // Аспирант. – 2018. – № 2. – С. 58-63.
12. Мокроносов А. Г., Маврина И. Н. Конкуренция и конкурентоспособность: учебное пособие. – Екатеринбург: Изд-во Урал ун-та, 2014. – 194 с.
13. Похилько А. Т. Конкурентоспособность предприятия, как один из показателей эффективной деятельности предприятия // Заметки ученого. – 2017. – № 1-2. – С. 105-107.
14. Сенникова А. Е., Шахов И. В. Анализ конкурентоспособности фирмы // Colloquium-journal. – 2019. – № 9-7(33). – С. 58-60.
15. Воронов Д. Оценка и анализ конкурентоспособности предприятий [Электронный ресурс] // Корпоративный менеджмент [web-сайт]. – 2013. – URL: <https://www.cfin.ru/management/strategy/competit/analysis2.shtml> (Қарау уақыты: 20.08.2022).
16. Пономарева Т. Н., Дубина Н. В. Управление конкурентоспособностью промышленного предприятия: подходы к оценке и выбору показателей // Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова. – 2016. – № 1. – С. 178-184.
17. «Рахат» АҚ-ның қаржылық есептіліктері, 2012-2021 жж.
18. «Баян сұлу» АҚ-ның қаржылық есептіліктері, 2012-2021 жж.

REFERENCES

1. Porter, M. (2006). Konkurenciya. Williams, Moscow, 356 p. (In Russian).
2. Carev, V. V. (2015). Analiz konkurentosposobnosti predpriyatij (organizacij). Teoriya i metodologiya. Unit-Dana, Moscow, 799 p. (In Russian).
3. Ivanov, Yu. B. (2008). Konkurentni perevagi pidpriemstva: ocinka, formuvannya ta rozvitok: Monography. INZHEK, 352 p. (In Ukrainian).
4. Akimova, I. M. (2001). Promyshlennyj marketing: Monography. 2nd edition. Znaniya; KOO, 294 p. (In Russian).
5. Voronov, D. S. (n.d.). Ocenka konkurentosposobnosti predpriyatiya. KPILIB.RU. Retrieved August 20, 2022, from <http://www.kpilib.ru/article.php?page=207> (In Russian).
6. Fathutdinov, R. A. (2005). Upravlenie konkurentosposobnost'yu organizacii: textbook. Eksmo, Moscow, 544 p.
7. Mashkovskaya, A. A. and Lymareva, O. A. (2018). Vliyanie metodov upravleniya predpriyatiem na ego konkurentosposobnost'. Tvorchestvo molodyh uchenyh i studentov v oblasti ekonomicheskikh nauk: materialy mezhdunar. konkursa. FGBU «REA» Minenergo Rossii, Krasnodar, 158-163 (In Russian).
8. Korneeva, I. V. and Hrukij, V. E. (2020). Marketing: textbook. Urait, Moscow, 436 p. (In Russian).
9. Gane, V. A. and Goncharuk, I. A. (2010). Upravlenie deyatel'nost'yu innovacionnogo predpriyatiya na kontraktnykh rynkah vysokotekhnologicheskikh proektov. Belorusskij ekonomicheskij zhurnal, 4, 78-89 (In Russian).
10. Parfenova, M. V. (2018). Analiz faktorov, vliyayushchih na konkurentosposobnost' firmy. Aspirant, 2, 58-63 (In Russian).
11. Mokronosov, A. G. and Mavrina, I. N. (2014). Konkurenciya i konkurentosposobnost': textbook. Ural university publishing house, Yekaterinburg, 194 p. (In Russian).
12. Pohilko, A. T. (2017). Konkurentosposobnost' predpriyatiya, kak odin iz pokazatelej effektivnoj deyatel'nosti predpriyatiya. Zаметки ученого, 1-2, 105-107 (In Russian).
13. Sennikova, A. E. and Shahov, I. V. (2019). Analiz konkurentosposobnosti firmy. Colloquium-journal, 9-7(33), 58-60 (In Russian).

14. Voronov, D. (2013). Ocenka i analiz konkurentosposobnosti predpriyatij. Korporativnyj menedzhment. Retrieved August 20, 2022, from <https://www.cfin.ru/management/strategy/competit/analysis2.shtml> (In Russian).

15. Ponomareva, T. N. and Dubina, N. V. (2016). Upravlenie konkurentosposobnost'yu promyshlennogo predpriyatiya: podhody k ocenke i vyboru pokazatelej. Vestnik BGTU im. V.G. Shuhova, 1, 178-184 (In Russian).

16. Financial statements of «Rahat» JSC, 2012-2021 (In Kazakh).

17. Financial statements of «Bayan Sulu» JSC, 2012-2021 (In Kazakh).

ASSESSMENT OF THE COMPETITIVENESS OF ORGANIZATIONS TAKING INTO ACCOUNT THE STRATEGIC POTENTIAL

R. E. Janshanlo¹, G. E. Zhunisova^{1*}, M. S. Agzamov²

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

²Sarsen Amanzholov East Kazakhstan State University, Oskemen, Republic of Kazakhstan

ABSTRACT

The purpose of the study is to create a methodology for strategic assessment of the competitiveness of organizations.

Methodology. Research methodology is based on general scientific methods: analysis and synthesis; systematic, logical and comparative and strategic analysis; sample surveys; multifactor modeling; graphical method. Reference, statistical and regulatory materials were used on the researched issue. Two groups of competitive analysis and assessment methods are used: qualitative and quantitative.

Originality/value of research. Among the existing methods of assessing the level of competitiveness of organizations, the authors emphasize the integral method, the algorithm for calculating the integral indicator of competitiveness of organizations using the multiplicative method was proposed and the necessary system of individual indicators was formed. Theoretical justifications are presented, an algorithm for calculating the integral indicator of competitiveness based on the strategic indicators of production and financial activity of organizations is given. Forecasts allow to realize the possibilities of strategic planning and development of efficiency indicators of organizations, which directly affect the increase in the level of competitiveness. In this case, the method of multivariate regression analysis is used.

Findings. Creating an analytical basis for the creation of strategic plans of the organization and the development of those indicators, which directly affect the increase in the level of competitiveness.

Keywords: competitiveness, organization, strategic analysis, assessment, indicators, methods, multi-factor correlation-regression analysis.

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ С УЧЕТОМ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА

Р. Е. Джаншанло¹, Г. Е. Жунисова^{1*}, М. С. Агзамов²

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

²Восточно-Казахстанский университет имени С. Аманжолова, Усть-Каменогорск,
Республика Казахстан

АННОТАЦИЯ

Цель исследования – создание методики стратегической оценки конкурентоспособности организаций.

Методология. Методология исследования базируется на общенаучных методах: анализе и синтезе; системный, логический и сравнительно-стратегический анализ; выборочные обследования; многофакторное моделирование; графический метод. По исследуемому вопросу использовались справочные, статистические и нормативные материалы. Используются две группы методов конкурентного анализа и оценки: качественные и количественные.

Оригинальность / ценность исследования. Среди существующих методов оценки уровня конкурентоспособности организаций авторы выделяют интегральный метод, предложен алгоритм расчета интегрального показателя конкурентоспособности организаций мультипликативным методом и сформирована необходимая система индивидуальных показателей. Приведены теоретические обоснования, представлен алгоритм расчета интегрального показателя конкурентоспособности на основе стратегических показателей производственно-финансовой деятельности организаций. Прогнозы позволяют реализовать возможности стратегического планирования и разработки показателей эффективности организаций, которые напрямую влияют на повышение уровня конкурентоспособности. В этом случае используется метод многомерного регрессионного анализа.

Результаты исследования. Создание аналитической базы для создания стратегических планов организации и разработки тех показателей, которые непосредственно влияют на повышение уровня конкурентоспособности.

Ключевые слова: конкурентоспособность, организация, стратегический анализ, оценка, показатели, методы, многофакторный корреляционно-регрессионный анализ.

АВТОРЛАР ТУРАЛЫ

Джаншанло Рамзан Есарович – экономика ғылымдарының докторы, профессор, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан Республикасы, e-mail: ramazan1951@mail.ru

Жунисова Гульнар – PhD, аға оқытушы, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан Республикасы, e-mail: zhunysova.gulnar@gmail.com, ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0003-3577-0876>*

Агзамов Мухамедолла Сагидулинович – техникалық ғылымдар кандидаты, қауымдастырылған профессор, С. Аманжолов атындағы Шығыс Қазақстан Университеті, Өскемен, Республика Қазақстан, email: mukhamedolla.agzamov@mail.ru, ORCID: <https://orkid.org/0000-0002-6917-8566>