

In contrast, while traditional product branding remains vital, the digital economy demands a more nuanced understanding of how brands influence consumer decision-making, especially considering the increasing role of personal interaction and digital engagement in consumer experiences.

#### Resources:

1. Aaker, D. A., & Keller, K. L. (1990). Consumer evaluations of brand extensions. *Journal of Marketing*, 54(1), 27-41.
2. Gobé, M. (2001). *Emotional branding: The new paradigm for connecting brands to people*. Allworth Press.
3. Holt, D. B. (2004). *How brands become icons: The principles of cultural branding*. Harvard Business Press.
4. Schmitt, B. (1999). Experiential marketing. *Journal of Marketing Management*, 15(1-3), 53-67.
5. Labrecque, L. I., et al. (2013). Consumer power: Evolution in the digital age. *Journal of Interactive Marketing*, 27(4), 257-269.
6. Belz, F. M., & Peattie, K. (2012). *Sustainability marketing: A global perspective*. Wiley.
7. Peters, T. (1997). The brand called you. *Fast Company*, 10, 83-90.
8. Park, H.Y., & Chang, S.R. (2022). "When and how brands affect importance of product attributes in consumer decision process", *European Journal of Marketing*, Vol. 56 No. 13, pp. 1-25. <https://doi.org/10.1108/EJM-09-2020-0650>

#### Қазақстан өңірлерінің бәсекеге қабілеттілігінің қалыптастырылу ерекшеліктері

Н.Б.Куттыбаева<sup>1</sup>, У.Тагабаева<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Экономика және халықаралық бизнес кафедрасының PhD, қауымдастырылған профессоры

<sup>2</sup>«Экономика» білім беру бағдарламасының 2 курс магистранты  
nurg\_78@mail.ru, tagabayeva02@mail.ru

<sup>1,2</sup>Академик Е.А.Бөкетов атындағы Қарағанды Университеті, Қарағанды қ.

Түйіндеме: Мақалада жаһандану үрдістері, әлемдік экономиканы сипаттайтын, халықаралық бәсекенің нығаюы, бәсекеге қабілеттіліктің дамуының объективті алғышарты болып табылады. Бәсекені дамыту дәстүрлі өнеркәсіптік саясаттан кластерлерге негізделінген жаңа инновациялық саясатқа көшу қажеттілігімен сипатталынады

Кілт сөздер: бәсекеге қабілеттілік, аймақ экономикасы, инвестициялар, иновациялық даму

Фирмалардың, салалардың, елдердің және өңірлердің бәсекеге қабілеттілігін арттыру проблемасы қазіргі уақытта заманауи экономикадағы ең өзекті зерттеу міндеттерінің бірі болып табылады. Әрбір 20-30 жыл сайын тиісті әдістемесі бар жаңа теориялар пайда болады, олар зерттеу объектісі, сондай-ақ әдістері туралы бастапқы түсініктердің жүйесін ауыстырады, олардың көмегімен өңірлердің бәсекеге қабілеттілігі бағаланады және оны арттыру бойынша ұсыныстар әзірленеді.

Елдер мен өңірлердің бәсекеге қабілеттілігін арттыру әдістерін мемлекеттік басқару қажеттілігі әлемдік экономикалық ойдың жетістіктерін, сондай-ақ ішкі мүмкіндіктерінің негізінде экономикалық өсу көздерінің басқарушыларының үздіксіз іздеуін негіздейді. Іздеу экономикалық өсу факторлары мен себептерінің саласында, сондай-ақ оған жағдай жасайтын институттарды қалыптастыру мәселелерінде жүруде.

Елдер мен өңірлердің бәсекеге қабілеттілігі өңірлік экономикада үш ірі бағытты зерттеу мәні болып табылады: (орналастыру үлгілері, сауда және өңіраралық өзара іс-қимыл теориялары, өсу және даму теориялары). Бұлардан басқа жаңа экономикалық география қарқынды дамып келе жатыр, ол агенттердің кеңістіктік өзара қарым-қатыстарының микроэкономикалық үлгілеріне екпін қояды.

Осы теориялардың әрқайсысы өзінің бәсекеге қабілеттілігін арттыру рецептерін ұсынады. Экономикалық кеңістік факторына екпін қоятын теориялар оның қасиеттерін (тығыздығы, концентрациясы, байланыстылығы) ескереді және агломерацияға жататын сипаттамалардың ең жоғарғы мәндерімен кеңістіктің ұйымдық-құрылымдық элементтерін бөледі. Агломерация ішінде кенттенген аймақтың және периферияның ядросының таралу аймақтары бөлінеді, олардың әрқайсысы агломерацияның бәсекеге қабілеттілігін арттыруда өз рөлін ойнайды.

Алайда, бәсекеге қабілеттілікті арттыруды тежейтін оның сипаттамаларын, экономикалық кеңіс факторының мағынасын анықтаумен бәсекеге қабілеттіліктің өңірлік үлгілерін бағалау әдістерін іздеуде теориялық сипаттағы объективті қиындықтар қазіргі уақытта аумақтың экономикалық әл-ауқатын арттыруда кедергілердің бірі болып табылады.

Осыған байланысты, өңірлердің экономикалық кеңістігінің сипаттамаларын (халықтың және бизнестің тығыздығы, бизнес пен инфрақұрылымның шоғырлануы, байланысы) жақсартуға бағытталған теориялық, сондай-ақ практикалық сипаттағы өңірлік бәсекеге қабілеттілікті арттырудың жаңа зерттеулері өзекті және сұранысқа ие болып табылады.

Заманауи кезеңде өндірістік күштердің дамуында қоғамның өндірістік күштерін ұдайы өндіруге әсер ету сипаты бойынша жаһандану құбылысының екі шегі болып табылатын үдерістер терең тамыр жайды. Бұл үдерістер ұлтаралықтандыру және аймақтандыру.

20 ғасырдың соңғы отыз жылдарының ішінде туындаған жаһандану өз мемлекеттерінің ішкі нарығында неғұрлым табысты ұлтаралық компанияларға әлемдік нарыққа шығуға, ал болашақта тауарларының бәсекеге қабілеттілігі төмен әртүрлі мемлекеттерде өз бөлімшелерін ашуға мүмкіндік берген ұлтаралықтандыру үдерісі түрінде көрініс тапты. Ұлтаралықтандыру әлемдік нарықта бәсекеге қабілетті корпорацияларға өнімді өндірудің жеке кезеңдерін өз мемлекеттерінен тыс жерлерге шығаруға және өндірістің шығындарын азайту бойынша корпорациялар іске асыратын нақты міндеттерге байланысты еңбектің фирмаішілік, фирмааралық және халықаралық бөлінісін ұйымдастыруға мүмкіндік берді. Батыс Еуропа мен АҚШ мемлекеттеріне қарағанда көптеген салаларда баға мен сапа арақатынасы мәселесін шешкен Жапония осы үдерістердің драйвер-мемлекетіне айналды [1-3].

20 ғасырдың соңында пайда болған сауданы ырықтандыру және Дүниежүзілік сауда ұйымының қызметі орталық пен шеткері аймақты бөлудің әлемдік үдерісіне арзан жұмыс күші бар мемлекеттерді қарқынды түрде қосуға алып келді [4-6].

Жаңа индустриялық мемлекеттер (Сингапур, Тайвань, Оңтүстік Корея, Гонконг) және олардың ықпалындағы Филиппины, Мексика, Малайзия, Индонезия, Қытай және Үндістан мемлекеттері көптеген технологияларды қарыштап меңгеріп және әлемдік нарыққа өздігінен шыға отырып, басты назарда мемлекет пен аймақтың «бәсекеге қабілеттілігі» туралы бастапқы түсініктердің жаңа жүйесі жатқан экономикалық ойдың қарқынды дамуын ынталандырды [7].

Мемлекеттің бәсекеге қабілеттілігінің келесі анықтамалары барынша танымал және мойындалған болып табылады.

Б. Йонсон осы категорияның мазмұнын «Мемлекеттің сыртқы қарызды жинақтамай және төлем теңгерімінің тұрақты жетіспеушілігінсіз экономикалық белсенді тұрғындардың толық жұмыспен қамтылуы кезінде тұрақты экономикалық өсімді қолдауға мемлекет экономикасының қабілеттілігі» ретінде көрсетеді. Бұл түсіндірмеде автор мемлекеттің бәсекеге қабілеттілігі нәтижелеріне ерекше назар аударады (жұмысбастылық және төлем теңгерімінің жетіспеушілігінің болмауы), ал осындай нәтижелерге қол жеткізу әдісі ретінде экономикалық өсім теңдестіріледі.

М. Портер, бәсекеге қабілеттілік факторларына назар аударта отырып, бәсекеге қабілеттілік бұл – «инновацияларды жасау және енгізудің үздіксіз үдерісін пайдалана отырып, еңбек өнімділігін бәсекелестерге қарағанда әлдеқайда жоғары деңгейде ұстап тұру» деп айтып

бағады. Оның зерттеулерінен еңбек өнімділігі және бәсекеге қабілеттілік сияқты экономикалық құбылыстарды толық теңдестіру туралы ой туындайды. Сондай-ақ, оған тек қана салалар, қосалқы салалар немесе экономиканың түйіндес салаларының тобы ғана бәсекеге қабілетті бола алады, бірақ жалпы мемлекеттің барлық экономикасы ешқашан бәсекеге қабілетті бола алмайды деген дәлел тиесілі.

Б. Скотт мемлекеттің бәсекеге қабілеттілігі туралы өзінің анықтамасында тұрғындардың өмір сүру деңгейіне назар аударады: «Ұлттық бәсекеге қабілеттілік бұл мемлекеттің басқа мемлекеттер өндірген тауар және қызметтердің бәсекелестік күрес жағдайында халықаралық экономикада тауар мен қызметтерді өндіру, бөлу қабілеті және мұны мемлекеттегі тұрғындардың өмір сүру деңгейі артатындай етіп жүргізу».

Халықаралық ұйымдардың анықтамалары, атап айтқанда, ЭЫДҰ-дың белгілі анықтамасы бәсекеге қабілеттілікті «мемлекеттің ашық экономикалық нарық шарттарында халықаралық бәсекеге қабілеттілік тестінен өткен тауар мен қызметтерді өндіру және өзінің нақты ұлттық табысын арттыру қабілеті» ретінде сипаттайды.

Соңғы екі анықтама көбіне мемлекеттің бәсекеге қабілеттілігінің нақты қорытындыларын көрсетеді: үдемелі ұлттық табыс пен тұрғындардың өмір сүру сапасының оң динамикасы.

Басқа зерттеушілер аумақтық факторларға ерекше көңіл бөледі. Н. Мироненко бәсекеге қабілеттіліктің келесі анықтамасын көрсетті: «Ұлттық экономиканың бәсекеге қабілеттілігі ретінде ішкі, сондай-ақ сыртқы нарықтарда шетелдік тауарларға табысты түрде кері экономикалық, ғылыми-техникалық, өндірістік, ұйымдық-басқарушылық, маркетингтік және тауарларда жүзеге асырылатын басқа да мүмкіндіктердің шоғырландырылған көрінісі түсіндіріледі. Барлық осы мүмкіндіктер географиялық жағынан сараланған және белгілі бір аумаққа тән ерекшеліктер болып табылады» [7].

И. Пилипенко экономикалық-географиялық факторларды ескерумен бәсекеге қабілеттіліктің келесі анықтамасын береді: «Бәсекелестерге қарағанда әлдеқайда сапалы тауарлар мен қызметтерді өндіру арқылы теңдестірілген экономикалық өсімге қол жеткізу, өзіміздің табиғи-географиялық ресурстарымызды тиімді пайдалану, өзіміздің экономикалық-географиялық жағдайымыздың кемшіліктерін географиялық поессибилизм тұжырымдамасына сүйене отырып, бәсекелі басымдықтарға айналдыру және осы арқылы тұрғындардың өмір сүру деңгейін арттыру қажет» [8].

Осылайша, мемлекеттің бәсекеге қабілеттілігін анықтаудың қарастырылған тәсілдерінде басымдық нәтижеге (төлем теңгерімі, нақты ұлттық табыс, тұрғындардың өмір сүру деңгейі, тұрғындардың өмір сүру стандарттары) беріледі.

Бірқатар зерттеушілер мемлекеттік экономикалық саясат әдістері арқылы бәсекеге қабілеттіліктің факторларын анықтауға және оларды жандандыруға назар аударады.

Жоғарыда сипатталған бес теориялық құрылымдарға сүйене отырып, әлемдік экономика әдебиетінде зерттеушілердің пікірінше белгілі бір мемлекеттің және оның аймақтың бәсекеге қабілеттілігін анықтаған, әрқайсысы нақты факторларға назар аударатын бірнеше бағыттар көрсетіледі.

Барынша танымал заманауи теория М. Портердің ұлттық бәсекелі басымдықтардың тұжырымдамасы болып табылады. Ол сыртқы экономикалық қызмет теориясын және фирманың неоклассикалық теориясын біріктірді. Әлемдік экспорттың 50%-ға жуық көлемін қамтамасыз ететін ірі компаниялар мен мемлекеттердің табысын басшылыққа ала отырып, оның басшылығындағы зерттеушілер тобы экспортталатын тауардың аталмыш түрі бойынша үздік мемлекеттердің ондығына кіре отырып, ең жоғары табысқа қол жеткізген салаларды анықтады. Бұл ретте, мемлекеттің табиғи ресурстарына негізделген оның шикізат әлеуеті классикалық экономика теориясы тұрғысынан базалық бәсекелі басымдық ретінде бағаланды.

Бір уақытта әлемдік нарықта саланың және сала топтарының бәсекеге қабілеттілігін анықтаған факторларды іздеу жүргізілді. Мұндай факторлар ретінде келесілер танылды:

1) өндіріс факторларына арналған шарттар. Зерттеулерде ішкі және сыртқы нарықтарда үздіктердің қатарына артық факторлары болмастан, белгілі бір факторларды құра алатын салалар мен қосалқы салалар шыға алады деген гипотеза қабылданған. Заманауи экономикада

мұндай факторларға мемлекеттің ғылыми-техникалық әлеуеті және оның білікті жұмыс күші жатқызылған;

2) ауқымды көлемдер мен жергілікті сұраныстың саралануы. Тұрғындардың тауар мен қызметтерді тұтыну дәстүрі және нәтиже ретінде сұраныстың қомақты көлемдері жергілікті өндірушілерге басқа мемлекеттер мен аймақтарға қарағанда орташа алғанда әлдеқайда жоғары сапалы тауарлар мен қызметтерді әзірлеу және тұрғындарға ұсыну мүмкіндігін береді. Нәтижесінде, өндірушілер арасындағы күшті бәсекелестік барынша сапалы өнімде көрініс табады. Жергілікті тұтынушылар тарапынан тауарлардың жеке сипаттамаларына қойылатын талаптардың жоғары деңгейі (пайдаланудағы тиімділік, жеңілдік, ықшамдылық, ыңғайлылық) әлеуеті бар фирмаларға әлемдік деңгейге шығуға, бірден өзінің бәсекелі басымдықтарын көрсетуге және тұтынушыны табуға мүмкіндік береді;

3) туыстық және қолдаушы салалар. Авторлардың көптеген мемлекеттер мен салалардың үлгісінде өткізген зерттеуінің арқасында әлемдік нарықтағы жетекшілік бір саланың емес, түйіндес салалар жиынтығының дамуының нәтижесі болып табылатынын анықтауға мүмкіндік берді. Түйіндес салалардың тобы бір-бірінің әлеуетін пайдалана және күштердің бірігуінен инновациялар үшін мүмкіндіктерді таба отырып, берік жетекшілікті иемденіп, сыртқы нарыққа шығады. Бір қарағанда бір-біріне аса жақын емес осы салалардың шеңбері кең болған сайын, олардың әлемдік аренадағы жетекшілігі берік бола түседі. Мысал ретінде АҚШ-тың салааралық инновациялық-бағытталған кешендерінің құрамын келтіруге болады (1 кесте) [8].

Кесте 1

АҚШ салааралық инновациялық бейімделген кешендердің құрамы

Жоғары технологиялы және ғылыми сыйымды салалар		Озық технологиялар
1	2	3
<p>Жоғары технологиялық салалар, оның ішінде:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- аэроғарыштық;</li> <li>- фармацевтика;</li> <li>- есептеуіш техника және компьютерлер өндірісі;</li> <li>- кеңсе техникасының өндірісі;</li> <li>- радио, теледидар және байланыс құралдарын өндіру;</li> </ul>	<p>Ғылыми сыйымды қызметтер, оның ішінде:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- бизнес-қызметтер;</li> <li>- қаржылық қызметтер;</li> <li>- байланыс қызметтері;</li> <li>- мемлекетпен көрсетілетін, білім беру және денсаулық сақтау сферасындағы қызметтер</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- жаңа материалдардың өндірісінің технологиясы;</li> <li>- аэроғарыштық технологиялар;</li> <li>- биотехнологиялар;</li> <li>- электроника;</li> <li>- икемді өндірістік бағыттар;</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- өндіру, медициналық және өлшеуіш техника мен оптика өндірісі</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- ақпараттық-коммуникациялық технологиялар;</li> <li>- өмірді зерттеу технологиялары;</li> <li>- оптоэлектроника;</li> <li>- атомды энергетика;</li> <li>- қару өндірісі</li> </ul>
Ескерту - Әдебиет негізінде құралған [9]		

Мемлекеттер мен аймақтардың бәсекеге қабілеттілігінің барлық заманауи теорияларынан оны басым фактор, экономикалық кеңістік қасиет ретінде халықаралық сауда теориясы (П. Кругманның) және жаңа экономикалық география (М. Фуджиттің, П. Комбестің және т.б.) теориясы ескереді. Олар агломерацияларды экономикалық кеңістікте шаруашылық қызметті ұйымдастырудың және тұрғындарды орналастырудың құрылымдық элементі және аймақтың бәсекеге қабілеттілігінің жетекші факторы ретінде қарастырады. Егер алғашқысы көлік шығындарын қысқарту және агломерациядағы масштаб әсері мүмкіндіктеріне басымдық

берсе, екіншілері институционалдық ортаға және агенттер (кластерлер) арасындағы қатынастарға басымдық береді.

Заманауи зерттеулердің мәселесі аймақтардың бәсекеге қабілеттілігін бағалаудың күрделілігі жеткілікті экономикалық-математикалық үлгілерден басқа классикалық статистикалық әдістер экономикалық кеңістік пен экономикалық өсім сипаттамалары арасындағы сандық байланысты орнатпайды. Есептеулер үшін қолжетімді үлгілердің басым бөлігі экономикалық өсім, деңгей және кенттелу сипаттамасының өзара корреляциялық байланысын бағалайды.

Біз аймақтар экономикасының бәсекеге қабілеттілігін талдау үшін екінші тарауда қолданған құрылымдық-динамикалық талдау әдісі ірі немесе қарқынды дамып келе жатқан агломерациялары бар аймақтарды көшбасшылыққа шығаратын қорытындыларды алуға мүмкіндік берді. Бұл бізге бәсекеге қабілетті салалардың сыни көпшілігін қалыптастыру үшін экономикалық кеңістіктің осы ұйымдастырушылық нысанының маңыздылығын мойындауға негіз береді.

#### Әдебиеттер тізімі:

1 Conflict, Security, and Development: world development report 2013 / World Bank. - Washington, 2017

2 Каплински Р. Распространение положительного влияния глобализации. Какие выводы можно сделать на основании анализа цепочки добавления стоимости? / пер. с англ. - М.: ГУВШЭ, 2018.

3 Лексин А.Н., Швецов А.Н. Государство и регионы. Теория и практика государственного регулирования территориального развития. – Изд. 3-е – М.: УРСС, 2000. –

4 Мавсесян А. Современные тенденции в развитии и управлении ТНК // Проблемы теории и практики управления. – 2019. - №1. – С. 54-59.

5 Фридман Л.А., Кузнецова С.И. Глобализация: развитые и развивающиеся страны // Мировая экономика и международные отношения. – 2022. - №10. – С. 3-13.

6 Норт Д., Уоллис Дж., Уэбб С., Вайнгаст Б. В тени насилия: уроки для обществ с ограниченным доступом к политической и экономической деятельности // Вопросы экономики. - 2022. - №3. - С. 4-31.

7 Кругман П.Р., Обстфельд М. Международная экономика. – Изд. 5-е. – СПб: Питер, 2018

8 Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика. - М.: Экономика, 2021

9 Портер М. Конкуренция. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2002. – 496 с.

10. Пилипенко И.В. Анализ основных зарубежных теорий конкурентоспособности стран и регионов в мировом хозяйстве // Известия Академии наук. Серия географическая. – 2021. - №6. – С. 15-25.

#### Қазақстандағы әйелдер кәсіпкерлігі мәселелері және оларды шешу

Б.М. Макалакова<sup>1</sup>, А.А. Мажкенова<sup>2</sup>, Ж.Н. Сансызбай<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Экономика және халықаралық бизнес кафедрасының оқытушысы,

<sup>2,3</sup>Пиуп-23-1к тобының студенттері

zhanel.0001@icloud.com

<sup>1,2,3</sup>Академик Е.А.Бөкетов атындағы Қарағанды университеті, Қарағанды қ,

Түйіндеме: Мақалада Қазақстандағы әйелдер кәсіпкерлігінің маңыздылығы анықталып, ағымдағы жағдайына талдау жасалып, еліміздегі әйелдер кәсіпкерлігін дамытуда туындайтын мәселелер анықталып, оларды шешу бойынша ұсыныстар келтірілді.

Кілт сөздер: Кәсіпкерлік, әйелдер кәсіпкерлігі, гендерлік саясат, шағын және орта бизнес.