

Әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық университеті

ӘОЖ 005:677

Қолжазба құқығында

ПАЗИЛОВ ГАЛИМЖАН АБДИРАСУЛОВИЧ

**Тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін
басқару**

6D051700-Инновациялық менеджмент

Философия докторы (PhD) дәрежесін алу үшін дайындалған диссертация

Отандық ғылыми кеңесші:
Бимендиева Л.А.,
э.ғ.к., профессор
әл-Фараби атындағы ҚазҰУ

Шетелдік ғылыми кеңесші:
Иващенко Н.П.
э.ғ.д., профессор
М.В. Ломоносов атындағы ММУ,
Ресей Федерациясы

Қазақстан Республикасы
Алматы, 2022

МАЗМҰНЫ

НОРМАТИВТІК СІЛТЕМЕЛЕР	3
АНЫҚТАМАЛАР	4
БЕЛГІЛЕУЛЕР МЕН ҚЫСҚАРТУЛАР	5
КІРІСПЕ	6
1 КӘСІПОРЫННЫҢ ИННОВАЦИЯЛЫҚ БЕЛСЕНДІЛІГІН БАСҚАРУДЫҢ ТЕОРИЯЛЫҚ-ӘДІСТЕМЕЛІК НЕГІЗДЕРІ	
1.1 Инновациялық белсенділік кәсіпорынның бәсекелік артықшылығы және басқару нысаны ретінде	12
1.2 Тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін бағалау әдістемесі мен көрсеткіштері	29
1.3 Тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқарудың тұжырымдамалық негіздері	45
2 ҚАЗАҚСТАН ТОҚЫМА ӨНЕРКӘСІБІ КӘСІПОРЫНДАРЫНЫҢ ИННОВАЦИЯЛЫҚ БЕЛСЕНДІЛІГІН БАСҚАРУДЫ ТАЛДАУ	
2.1 Отандық экономикада тоқыма өнімдері өндірісінің ағымдағы жағдайын талдау	58
2.2 Тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарындағы инновациялық үдерістердің қазіргі жағдайын және инновациялық белсенділікке әсер етуші факторларды зерттеу	74
2.3 Тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқаруды қамтамасыз ететін инновациялық әлеуетті талдау	92
3 ҚР ТОҚЫМА ӨНЕРКӘСІБІ КӘСІПОРЫНДАРЫНЫҢ ИННОВАЦИЯЛЫҚ БЕЛСЕНДІЛІГІН БАСҚАРУДЫ ЖЕТІЛДІРУ	
3.1 Салалық кәсіпорындардың инновациялық белсенділігін басқару бойынша мемлекеттік ынталандыру шаралары	108
3.2 Тоқыма кәсіпорындары деңгейінде инновациялық белсенділікті басқаруды жетілдіру бойынша ұсыныстар	119
ҚОРЫТЫНДЫ	135
ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ	140
ҚОСЫМШАЛАР	150

НОРМАТИВТІК СІЛТЕМЕЛЕР

Бұл диссертациялық жұмыста келесі нормативтік құжаттарға сілтемелер жасалған:

«Қазақстан Республикасын индустриялық-инновациялық дамытудың 2020-2025 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы» Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2019 жылғы 31 желтоқсандағы № 1050 қаулысы.

Қазақстан Республикасының Президенті Қ.Тоқаевтың 2020 жылдың 1 қыркүйегіндегі Қазақстан халқына арналған «Жаңа жағдайдағы Қазақстан: іс-қимыл кезеңі» атты Жолдауы.

Қазақстан Республикасының Кәсіпкерлік Кодексі. Қазақстан Республикасының Кодексі 2015 жылғы 29 қазандағы № 375-V ҚРЗ бекітілген. (30.12.2021 ж. берілген өзгерістер мен толықтырулармен).

Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрлігінің Статистика комитеті төрағасының «Ғылыми-зерттеу және тәжірибелік-конструкторлық жұмыстар және инновациялар статистикасы көрсеткіштерін қалыптастыру бойынша әдістемені бекіту туралы» 2016 жылғы 6 қазандағы № 232 бұйрығы. (11.10.2021 ж. берілген өзгерістер мен толықтырулармен).

Қазақстан Республикасы Президентінің 2013 жылғы 4 маусымдағы № 579 Жарлығымен бекітілген «Қазақстан Республикасының 2020 жылға дейінгі инновациялық даму тұжырымдамасы».

Қазақстан Республикасында жеңіл өнеркәсіпті дамыту жөніндегі 2010 - 2014 жылдарға арналған бағдарлама. Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2010 жылғы 30 қыркүйектегі № 1003 Қаулысы.

«Оңтүстік» арнайы экономикалық аймағын құру туралы Қазақстан Республикасы Президентінің 2005 жылғы 6 шілдедегі N 1605 Жарлығы (05.05.2018 ж. берілген өзгерістер мен толықтырулармен).

АНЫҚТАМАЛАР

Бұл диссертациялық жұмыста келесідей терминдерге сәйкес анықтамалар пайдаланған:

Инновация - инновациялық қызметтің тұтынуға енгізілген, қандай да бір жаңа немесе айтарлықтай жақсартылған өнім (тауар, жұмыс немесе көрсетілетін қызмет), технология немесе процесс, жаңа маркетинг әдісі немесе іскерлік практикадағы, жұмыс орындарын немесе сыртқы байланыстарды ұйымдастырудағы жаңа ұйымдастыру әдісі түрінде іске асырылған түпкілікті нәтижесі.

Өнім инновациясы – пайдалану тәсілі немесе қасиеті жағынан жаңа немесе айтарлықтай жетілдірілген тауарларды немесе қызметтерді енгізу.

Процестік инновация – өнім өндіру немесе өнімді жеткізудің жаңа немесе айтарлықтай жетілдірілген әдісін енгізу.

Маркетингтік инновация - өнімнің дизайнында немесе қаптамасында, оны қоймалау, нарыққа шығару немесе сату бағасын белгілеуде елеулі түрде өзгертулермен қоса, маркетингтің жаңа әдісін енгізу.

Ұйымдастырушылық инновациясы - компанияның іскерлік тәжірибесінде, жұмыс орындарын ұйымдастыруда немесе сыртқы қатынастарда жаңа ұйымдастырушылық әдісті енгізу.

Инновациялық қызмет - инновацияларды жасауға бағытталған қызмет (ғылыми, ғылыми-техникалық, технологиялық, инфокоммуникациялық, ұйымдастырушылық, қаржылық және/немесе коммерциялық қызметті қоса алғанда) түсініледі.

Басқарушылық инновация – бұл сыртқы және ішкі ортада болып жатқан өзгерістерді, кәсіпорынның инновациялық әлеуетін ескере отырып, дәстүрлі басқарудан ерекшеленетін басқарудағы өзгерістер.

Кәсіпорынның инновациялық белсенділігі - кәсіпорын барлық (ішкі және сыртқы) мүмкіндіктерді максималды түрде пайдалана отырып инновациялық қызметті қарқынды және экономикалық тұрғыдан тиімді іске асыру қабілетіне ие болуы.

БЕЛГІЛЕУЛЕР МЕН ҚЫСҚАРТУЛАР

АКТ	Ақпараттық – коммуникациялық технология
АҚШ	Америка құрама штаттары
АЭА	Арнайы экономикалық аймақ
ЕАЭО	Еуразиялық экономикалық одақ
ЕО	Еуропалық Одақ
ҒЗЖ	Ғылыми-зерттеу жұмысы
ҒЗТҚЖ	Ғылыми зерттеу және тәжірибелік-конструкторлық жұмыстар
ЖІӨ	Жалпы ішкі өнім
ЖШС	Жауапкершілігі шектеулі серіктестік
МЖӘ	Мемлекеттік-жекешелік әріптестік
ҚҚС	Қосылған құн салығы
ҚР	Қазақстан Республикасы
ТҚЖ	Тәжірибелік-конструкторлық жұмыс
ТМД	Тәуелсіз мемлекеттер достастығы
ШОБ	Шағын және орта бизнес
ШОК	Шағын және орта кәсіпкерлік
ЭЫДҰ	Экономикалық ынтымақтастық және даму ұйымы
ABC	Activity Based Costing
AFFOA	Advanced functional Fabric of America
BM	Benchmark
BSC	Balanced ScoreCard
CAD	Computer-Aided Design
EIS	European Innovation Scoreboard
FDA	Food and Drug Administration
GPS	Global Positioning System
IBP	Improving business processes
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
PCT	Patent Cooperation Treaty
PM	Project management
RCA	Revealed comparative advantage
R&D	Research & Developmet
SBA	Small Business Administration
TAT	Turn – Around - Time
TQM	Total quality management

КІРІСПЕ

Жұмыстың жалпы сипаттамасы. Диссертациялық зерттеу отандық тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының бәсекеге қабілеттілігін арттыру мақсатында олардың инновациялық белсенділігін басқаруды жетілдіру бойынша ұсыныстар әзірлеуге арналған.

Диссертациялық зерттеу тақырыбының өзектілігі. 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 үшінші бесжылдыққа арналған Қазақстан Республикасын индустриялық-инновациялық дамытудың 2020-2025 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасын іске асыру басталды. Бұл бағдарламаға сәйкес елімізде жоғары технологиялық өнімдерді экспортқа шығаратын кәсіпорындарды мемлекет тарапынан қолдауға ерекше назар аударылады. Өңдеуші өнеркәсіптегі технологиялар мен инновацияларды дамыту жөніндегі шаралар қазақстандық тауарлар мен көрсетілетін қызметтердің стратегиялық бәсекелік артықшылықтарын дамытудың түйінді факторына айналады [1].

Қазақстан Республикасында индустриалды-инновациялық саясатты іске асырудың негізгі мақсатының бірі өнеркәсіптік кәсіпорындарда бәсекеге қабілетті, экспорт шығаратын өнімдерді өндіру және инновациялық қызметтің тиімділігін арттыру болып табылады.

Кәсіпорындардың инновацияларды енгізуі бұл нарықта оларға бәсекелестік артықшылықты қамтамасыз етеді, нәтижесінде сату көлемі артады және түсім көлемі өседі. Өз кезегінде кәсіпорынға түсімнің өсуі пайда көлемін арттырады, бұл инновациялық үдерістің дамуына оң әсерін тигізеді. Кәсіпорындарда инновациялық үдерістерді енгізудің табыстылығы көп жағдайда басқарудың тиімділігіне тікелей байланысты екені белгілі.

Кәсіпорындардың инновациялық тұрғыдан белсенді болуы бұл жалпы алғанда мемлекеттің экономикасын дамытуға, экспорттық әлеуетін арттыруға оң ықпал етеді. Әсіресе халық көп тұтынатын өнімдерді өндіретін кәсіпорындардың инновациялық белсенді болуы, ішкі нарықты отандық өнімдермен қамтамасыз етеді және импорт тауарлардың үлесін барынша азайтады. Бүгінгі таңда елімізде халық көп тұтынатын өнімдердің бірі тоқыма өнімдері болып отыр. Осы тоқыма өнімдерімен қамтамасыз етуде отандық тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының қызметін жетілдіру маңызды болып табылады.

Мемлекет басшысы Қ.Тоқаев 2020 жылдың 1 қыркүйегіндегі Қазақстан халқына арналған «Жаңа жағдайдағы Қазақстан: іс-қимыл кезеңі» атты Жолдауында «Қазақстанның алдында тұрған аса маңызды міндет - өнеркәсіптік әлеуетімізді толық пайдалану. Осы саладағы табыстарымызға қарамастан, ішкі нарықтың зор мүмкіндіктерін әлі де болса толыққанды жүзеге асыра алмай

келеміз. Өңделген тауарлардың үштен екісіне жуығы шетелден әкелінеді» - деп атап өткен болатын [2].

Қазіргі уақытта елімізде өндірілетін тоқыма өнімдеріне қажетті шикізаттың басым бөлігі қайта өңделмей қосылған құны төмен тауарлар түрінде экспортқа шығарылып отыр. Халықты отандық тоқыма өнімдерімен қамтамасыз ету деңгейі төмен, ал халыққа қажетті тоқыма бұйымдарының басым бөлігі импорт есебінен қамтамасыз етілуде. Сондықтанда қазақстандық тоқыма өнеркәсібінің бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін, алдымен осы саладағы кәсіпорындардың ағымдағы жағдайына талдау жасап, өндіріс көлемін ұлғайту және сұранысқа ие өнім шығаруын қамтамасыз ету мақсатында олардың инновациялық белсенділігін басқаруды жетілдіру қажет. Бұл отандық тоқыма кәсіпорындарының басқару жүйесіне өзгерістер енгізіп, заманауи талапқа сай инновациялық саясатты жүргізу қажеттігін көрсетеді.

Бүгінгі таңда мемлекет тарапынан отандық өнім өндіру саласын белсенді қолдау болғанымен тоқыма кәсіпорындарының бәсекеге қабілеттілігі әлі де төмен күйінде қалып отыр, себебі олар инновациялық дамуды көрсете алмай келеді. Осы тұрғыдан алғанда таңдалған диссертация тақырыбы өзекті болып табылады.

Диссертация тақырыбының зерттелу деңгейі. Өнеркәсіп кәсіпорындарының инновациялық қызметін зерттеудің теориялық мәселелері шетелдік ғалымдардың ғылыми еңбектерінде кеңінен қарастырылған, атап айтатын болсақ, олар: Й. Шумпетер (J. Schumpeter), П. Друкер (P. Drucker), Дж. Кейнс (J. Keynes), М. Портер (M. Porter), П. Самуэльсон (P. Samuelson), Р. Фостер (R. Foster), Н.Д. Кондратьев, Г. Менш (G. Mensch), Л.И. Абалкин, С.А. Лебедева және т.б.

Кәсіпорындардың инновациялық қызметін басқарудың негізгі теориялық және әдістемелік тәсілдері келесі шетелдік және отандық ғалымдардың еңбектерде зерттелген: Г. Чесбро, Р.А. Фатхутдинов, А.А. Трифилова, А.И. Балашов, Е.М. Рогова, Е.А. Ткаченко, О.Ю. Трилицкая, Б. Байтанов, Ф.М. Днишев, О. Сабден, Ф.Г. Альжанова, Ғ.М. Мутанов, Р.Қ. Сағиева, Е. Әмірбекұлы, А.Н. Тургинбаева, А.А. Ережепова, С.Т. Купешова және т.б.

Л.И. Абалкин, Р.А. Фатхутдинов, А.А. Трифилова, А.И. Балашов, Е.М. Рогова, Е.А. Ткаченко, В.П. Баранчеев, О.М. Хотяшева, В.П. Баранчеев, Н.П. Масленникова, В.М. Мишин О.Ю. Трилицкая, Б. Байтанов, О. Сабден, Е. Әмірбекұлы, Р.О. Бугубаева, Р.Б. Бегежанов, Л.К. Мухамбетова, Г.К. Чимгентбаева, М.Е. Мунасипова еңбектерінде жалпы кәсіпорындардың инновациялық белсенділігін анықтаудың әртүрлі тәсілдері зерттелген.

Ал бүгінгі күнге дейін тоқыма саласындағы кәсіпорындардың инновациялық белсенділігі мәселелеріне зерттеу жүргізген шетелдік ғалымдарды атап өтетін болсақ, олар R. Stanislawski, A. Olczak, E.C. Горевая, К.В. Бедарева, П.Н. Захаров, К.В. Названова, А.А. Посажеников, Ж.А. Захарова, M. Dudian, P.P. Ganzer, C. Chais, P.M. Olea, A.E. Иваницкая, Y. Kuştepelі, Y. Gülcan, S. Akgüngör, B. Lalic, S. Rakic, U. Marjanovic, B. Ślusarczyk, M. Haseeb, H.I. Hussain, L.Tudor.

Тоқыма саласындағы экономикалық мәселелерді зерттеген отандық ғалымдардың ішінен А.М. Есиркепова, Г.Н. Ажиметова, С.Э. Епанчинцева, Г.П. Коптаева, А.С. Тулеметова, Б.С. Құлбай атап өтуге болады.

Диссертациялық ізденістер барысында белгілі болғандай тоқыма кәсіпорындарының инновациялық қызметін, инновациялық белсенділігін басқару бойынша отандық ғалымдар тарапынан ғылыми зерттеу жұмыстары жүргізілмегені белгілі болды.

Зерттеу жұмысының мақсаты мен міндеттері. Диссертациялық зерттеудің мақсаты кәсіпорындардың бәсекелестік артықшылығы ретіндегі олардың инновациялық белсенділігін басқарудың теориялық-әдіснамалық негіздерін зерттеу нәтижесінде тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқаруды жетілдіру бойынша ұсыныс жасау болып табылады.

Зерттеу мақсатына сәйкес диссертациялық жұмыста келесідей міндеттерді шешу көзделген:

- инновациялық белсенділік категориясының кәсіпорынға қатысты теориялық аспектілерін нақтылау және «кәсіпорынның инновациялық белсенділігінің» авторлық анықтамасын тұжырымдау;

- тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін бағалау әдістемесі мен көрсеткіштерін әзірлеу;

- тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарындағы инновациялық үдерістердің қазіргі жағдайын талдау және инновациялық белсенділікке әсер етуші факторларды зерттеу;

- тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқаруды қамтамасыз ететін инновациялық әлеуетті талдау;

- тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқаруды жетілдіру бойынша мемлекеттік ынталандыру шараларын ұсыну;

- тоқыма кәсіпорындары деңгейінде инновациялық белсенділікті басқаруды жетілдіру бойынша ұсыныстар әзірлеу.

Диссертациялық жұмыстың зерттеу нысаны. Қазақстан Республикасындағы инновациялық қызметті жүзеге асыратын тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындары болып табылады.

Диссертациялық жұмыстың зерттеу пәні. Тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқару жүйесін зерттеу барысында туындайтын қатынастар болып табылады.

Ғылыми жұмыстың теориялық және әдіснамалық негіздері. Зерттеудің теориялық-әдіснамалық негіздерін ЭЫДҰ-ның Еуростатпен бірлесіп ұсынған «Инновация бойынша деректерді жинау және талдау жөніндегі» (2005), «Инновация бойынша деректерді жинау, ұсыну және пайдалану жөніндегі» (2018) Осло нұсқаулықтары, «Еуропалық Инновациялық Тақта» көрсеткіштері, компанияның халықаралық рейтингін анықтауда қолданылатын инновация бойынша көрсеткіштер, тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқаруға бағытталған шетелдік және қазақстандық ғалымдардың, зерттеушілердің еңбектері құрады.

Тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділік көрсеткіштері Осло нұсқаулығында (2005) ұсынылған инновация түрлері: өнімдік инновация, процесстік инновация, маркетингтік инновация және ұйымдастыру инновациясы бойынша қарастырылды. Өйткені елімізде қазіргі уақытта Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігінің Ұлттық статистика бюросы тарапынан инновация статистикасы бойынша зерттеулер халықаралық ұсынымдарға сәйкес өнімдік, процесстік, маркетингтік және ұйымдастыру инновациялары бойынша жүргізіліп келеді. Зерттеу барысында талдау мен синтездеудің жалпы ғылыми әдістері, салыстыру, ғылыми зерттеулер нәтижелерін жалпылау, сараптамалық бағалау, корреляциялық және регрессиялық талдау, тікелей бақылау және сауалнама жүргізу әдістері қолданылды. Статистикалық деректерді өңдеу үшін Microsoft Excel бағдарламасы пайдаланылды.

Зерттеудің ақпараттық базасы. Зерттеудің ақпараттық базасын Дүниежүзілік банктің деректері, Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі Ұлттық статистика бюросының мәліметтері, халықаралық ғылыми-практикалық конференциялардың материалдары, мерзімді басылымдар мен интернет ресурстық желілері, сондай-ақ Қазақстан Республикасындағы тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарында тікелей бақылау және сауалнама жүргізу арқылы жиналған материалдар, «Azala Textile» ЖШС, «Бал Текстиль» ЖШС және «Azala Cotton» ЖШС қаржылық есептері құрады.

Зерттеу жұмысының ғылыми жаңалығы. Зерттеу барысында диссертацияның ғылыми жаңалығын анықтайтын келесі ғылыми нәтижелер алынды:

- «инновациялық белсенділік» категориясы жан-жақты зерттеліп кәсіпорынның инновациялық белсенділігіне анықтама берілді;

- түрлі халықаралық ұйымдардың, шетелдік ғалымдардың ұсынған кәсіпорынның инновациялық белсенділік көрсеткіштерін және тоқыма бұйымдарын өндіруші кәсіпорындардың ерекшеліктерін ескере отырып, Ұлттық экономикада тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқаруда қажетті кешенді көрсеткіштер ұсынылды;

- отандық тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарындағы инновациялық үдерістердің қазіргі жағдайы мен олардың инновациялық белсенділігіне ықпал ететін факторлар анықталып, нәтижесінде тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқаруда олардың кәсіпорын қызметіне ықпалын алдын-ала бағалай білу бұл кәсіпорынның қызметінде кездесетін қиындықтар мен тәуекелдердің алдын алуға және оның салдарын барынша төмендетуге оң септігін тигізетіндігі айқындалды;

- өндіріс кәсіпорындарындағы инновациялық белсенділікті басқару теориясы мен үлгілерін, сондай-ақ тоқыма өнеркәсібі саласының ерекшеліктерін кешенді зерттегеннен кейін отандық тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқарудың бейімделген үлгісі әзірленді;

- зерттеу нәтижелерін ескере отырып, отандық тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқаруды жетілдіру бойынша ұсыныстар жасалды.

Қорғауға ұсынылатын негізгі тұжырымдар.

- «Кәсіпорынның инновациялық белсенділігі» терминінің авторлық анықтамасы тұжырымдалды: кәсіпорын барлық (ішкі және сыртқы) мүмкіндіктерді максималды түрде пайдалана отырып инновациялық қызметті қарқынды және экономикалық тұрғыдан тиімді іске асыру нәтижесінде бәсекелік артықшылыққа ие болуы;

- кәсіпорынның инновациялық белсенділік көрсеткіштерін және тоқыма кәсіпорындарының ерекшеліктерін ескере отырып олардың инновациялық белсенділігін басқарудың тиімділігін арттыру және нақты басқару шешімдерін қабылдауда қажетті көрсеткіштер, атап айтсақ, өнімдік инновация, процесстік инновация, маркетингтік инновация, ұйымдастыру инновациясы бойынша кешенді көрсеткіштер ұсынылды;

- тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының инновациялық белсенділігіне әсер ететін негізгі факторлар, атап айтсақ мемлекеттің инновациялық саясаты, сұраныс пен ұсыныс, бәсекелестік, елдегі және әлемдегі экономикалық, саяси тұрақтылық, меншік нысаны, кәсіпорын көлемі, негізгі құралдардың жай-күйі, қаржылық қамтамасыз етілуі, кадрлық әлеует, басшылық буынның құзыреттілік дәрежесі, саладағы жұмысшылардың жалақысы, негізгі капиталға салынған инвестиция көлемі анықталып, олардың кәсіпорынның инновациялық белсенділігін тиімді басқаруда ескеру қажеттілігі айқындалды;

- тоқыма кәсіпорындары деңгейінде инновациялық белсенділікті басқаруды жетілдіру бойынша ұсыныстар әзірленді. Тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін тиімді басқару мақсатында шағын, орта және ірі тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқаруға арналған және үш құрылымнан тұратын, олар инновациялық инфрақұрылымды басқару, инновациялық үдерістерді басқару және инновациялық белсенділік көрсеткіштерін тиімді басқарудың бейімделген үлгісі әзірленді.

Зерттеу нәтижелерінің теориялық маңыздылығы. Зерттеу нәтижесінде алынған тәжірибелік тұжырымдар тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқару теориясының дамуына үлес қосады. Сондай-ақ, кәсіпорынның инновациялық белсенділігін басқару мәселесінің теориялық және әдістемелік жақтарын кеңейтумен қатар, кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілігін жоғарылатудың негізін жасауға қолданылуы мүмкін.

Сонымен қатар мемлекеттік атқарушы құрылымдар мен ұйымдар индустриялық-инновациялық дамуға арналған мемлекеттік бағдарламаларды әзірлеу және орындау кезінде пайдалана алады.

Зерттеу нәтижелерінің практикалық маңыздылығы. Диссертациялық зерттеулер барысында алынған нәтижелер отандық тоқыма кәсіпорындарында инновациялық қызметті іске асыруға, олардың инновациялық белсенділігін

тиімді басқару арқылы нарықта бәсекелік қабілеттілігін арттыруға ықпал ететін болады.

Диссертациялық жұмыста қамтылған материалдар «Инновациялық менеджмент» мамандығы бойынша мамандарды даярлау кезінде оқу үдерісінде пайдаланылуы мүмкін. Зерттеулерден алынған автордың ғылыми нәтижелері «Azala Cotton» ЖШС басқару тәжірибесіне енгізілді (енгізу туралы Акт Е-қосымшада тіркелген).

Зерттеу нәтижелерінің апробациясы. Диссертациялық жұмыстың апробациясы оны өткізудің барлық кезеңдерінде жүргізілді. Диссертациялық жұмыстың негізгі нәтижелері мен тұжырымдары келесі халықаралық конференцияларда талқыланды: «Өмір сүру сапасын арттыру контекстіндегі инновациялық-кәсіпкерлік білім беру» халықаралық ғылыми-практикалық конференциясы (Алматы, Қазақстан, 2018), «VI Халықаралық Фараби оқулары: Қазақстан мультиполярлы әлемде: экономикалық сценарийлер» халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференциясы (Алматы, Қазақстан, 2019), «Жаһандық пандемия сын-қатерлері жағдайындағы ұлттық экономикалардың қазіргі тенденциялары мен даму перспективалары» халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференциясы (Нұр-Сұлтан, Қазақстан, 2020).

Зерттеу нәтижелерінің жарияланамы. Диссертациялық жұмыс тақырыбы бойынша зерттеу нәтижелері 9 ғылыми жұмыста, оның ішінде:

- 1 мақала Polish journal of management studies журналында, Scopus мәліметтер базасы бойынша журналдың «Бизнес, менеджмент және бухгалтерлік есеп (Бизнес және халықаралық менеджмент)» категориясының процентиі – 77;

- 5 мақала Ғылыми еңбектің негізгі нәтижелерін жариялау үшін Қазақстан Республикасы Білім және ғылым министрлігі Білім және ғылым саласында сапаны қамтамасыз ету комитеті ұсынған ғылыми басылымдарда;

- 3 мақала халықаралық конференциялар материалдарында жарияланды.

Диссертациялық жұмыстың құрылымы мен көлемі. Диссертациялық жұмыс 157 бетте мазмұндалған, 31 кесте мен 20 суреттен тұрады. Жұмыс кіріспеден, үш бөлімнен, қорытынды мен 145 пайдаланылған әдебиеттер көзінен және қосымшалардан тұрады.

1 КӘСПОРЫННЫҢ ИННОВАЦИЯЛЫҚ БЕЛСЕНДІЛІГІН БАСҚАРУДЫҢ ТЕОРИЯЛЫҚ-ӘДІСТЕМЕЛІК НЕГІЗДЕРІ

1.1 Инновациялық белсенділік кәсіпорынның бәсекелік артықшылығы және басқару нысаны ретінде

Қазіргі жедел жаһандану кезеңінде, елдер арасындағы экономикалық қарым-қатынастардың дамуы мен ақпараттың жылдам қолжетімділігі жағдайында кәсіпорындар арасында бәсекелестік жоғары деңгейде орын алып отыр. Сонымен қатар жылдан-жылға тұтынушылардың да талғамы жоғарылап, сапалы әрі қолжетімді ерекше өнімдер мен қызметтерге сұраныс артып келеді. Осындай жағдайда отандық өнеркәсіп кәсіпорындарына нарықта өз орнын сақтап, бәсекелестік артықшылыққа ие болу үшін өндіретін өнімдерінің сапасын жақсартып, ассортиментін көбейтіп, тұтынушылық қасиеттері бар алдыңғы өнімдерінен айтарлықтай ерекшеленетін өнімдерді нарыққа шығару қажеттігі, бұл кәсіпорындарға инновацияларды енгізуді талап етеді.

Бүгінгі таңда бәсекелестік артықшылықтарға қол жеткізу, ең алдымен, сәтті инновацияның арқасында жүзеге асырылады. Инновациялық, яғни инновацияны үздіксіз генерациялау және технологияларды, өнімдерді, ұйымдастырушылық және маркетингті басқаруды практикалық қолдану қабілеті табысты бизнестің негізгі болып табылады.

«Инновация» термині латынның «innovate» сөзінен шыққан, оның қазақша мағынасы жаңарту, жақсарту дегенді білдіреді. Бұл мағына алғаш рет ХІХ ғасырда батыс мәдениеттанушыларының зерттеулерінде көрініс тапты және бір мәдениеттің элементтерінің екіншісіне енгізілуі деп түсіндіріледі [3]. Ал технологиялық инновациялардың заңдылықтары ХХ ғасырдың басында ғана зерттеле бастады.

Бүгінгі таңда «инновация» термині экономиканың, сонымен қатар менеджменттің әртүрлі салаларында кеңінен қолданылуда, сондықтан да оның мәнін түсіну үшін әртүрлі авторлардың «инновация» туралы көзқарастарын қарастыру қажет.

Алғаш инновацияны терең зерттеп, оны экономикалық категория ретінде қарастырған австриялық ғалым Й. Шумпетер болды және оның ойынша инновация тек жаңа енгізілімдер ғана емес, сонымен қатар өндіріс факторы. Шумпетердің пайымдауынша «жаңа комбинацияларды іске асыру» жаппай орын алуы экономиканың өсуінің басталғанын көрсетеді. Осы кезеңде Й. Шумпетер «инновация» терминін пайдаланбай, оны өндіріс факторларының бес «жаңа комбинациясына» ауыстырады: жаңа техниканы, технологиялық үдерістерді немесе нарықтың жаңа талаптарын пайдалану; жаңа сипаттағы өнімдерді енгізу; жаңа шикізат көздерін пайдалану; өндіріс пен оның материалдық-техникалық қамсыздануын ұйымдастырудағы өзгерістер; жаңа өткізу нарықтарының пайда болуы [4].

«Инновация» термині алғаш рет 1939 жылы Й. Шумпетердің «Business Cycles: A Theoretical, Historical and Statistical Analysis of the Capitalist Process»

еңбегінде көрініс тапты [5]. Й. Шумпетер жаңа комбинациялар немесе инновация түсінігін «кәсіпкерлік» немесе «кәсіпкер» түсініктерімен толықтырады. Кәсіпкерлік жаңа комбинацияларды құруға бағытталған қызмет ретінде түсініледі, ал кәсіпкер бұл комбинацияларды құратын және іске асыратын шаруашылық субъект [4, б.28].

Й. Шумпетердің бұл ұстанымы П. Друкер мен Р. Фостер негізге алған кәсіпкерліктің қазіргі заманғы теориясына сәйкес келеді, олар инновациялар мен заманауи стратегиялық менеджменттің негізін өндірісті ұйымдастыру үдерісі деп көрсетті. Бұл жағдайда кәсіпкердің қызметі инновацияның техникалық-экономикалық құраушыларын біріктіру болып табылады [6].

П. Друкер инновация кәсіпкерліктің ерекше құралы екенін көрсетіп, инновация үдерісінде жаңа ресурстар құрылады, ал қол жетімді ресурстарды қолданудың жаңа бағыттарын табатынын айтты. Оның пікірінше, «инновациялық қызмет - бұл кәсіпкерге өзгерістерді қолдануға және оларды жаңа мүмкіндіктерге айналдыруға жағдай жасайтын арнайы құрал» [7].

Р. Фостер Шумпетерден кейін инновация тұжырымдамасына басқарушылық көзқарасына сүйене отырып, инновация Шумпетердің еңбегінің жемісі екенін, сонымен бірге ол нарықтың игілігі болып табылатынын атап көрсетті. Сондай-ақ, ол жаңа бәсекелестік артықшылықтар жасайтын инновацияларға назар аударды. Р. Фостердің пікірінше, новаторлар (шабуылдаушылар) мен қорғанушылар (өздерінің қазіргі кірістерін қорғаушылар) арасындағы нарық үшін күрес нәтижесінде новаторлардың жеңісі алдын ала болжанады [8].

Н.Д. Кондратьевтің әйгілі ұзын толқындар теориясында басты көңіл ғылыми - технологиялық инновацияларға бөлінді. Ғалымның пікірінше, толқындардың әрқайсысында, шаруашылық құрылымымен оның барлық компоненттері түбегейлі өзгереді. Содай-ақ, 45-60 жылдық ұзын кезеңді толқын өндірістегі базалық технологиялардың ауысу кезеңдерін сипаттайды және өзіне техникалық, өнеркәсіптік және құрылыс кезеңдерін біріктіреді [9].

Тәжірибеде бес технологиялық толқындар мәлім.

Бірінші толқын (1785-1835 жж.) – тоқыма өнеркәсібіндегі жаңа технологияларға, су энергиясын пайдалануға негізделген технологиялық толқын.

Екінші толқын (1830-1890 жж.) – темір жол көлігімен және бу двигателі негізінде жұмыс істейтін механикалық өндірістің дамуымен байланысты.

Үшінші толқын (1880-1940 жж.) – өнеркәсіптік өндірісте электр энергиясын пайдалануға, болат прокатын және химия саласындағы жаңа ашылымдарды пайдалану негізінде ауыр машина жасау электротехникалық өнеркәсіптің дамуына негізделеді.

Төртінші толқын (1940-1990 жж.) – мұнай мен мұнай өнімдерін, газ, байланыс құралдарын, жаңа синтетикалық материалдарды пайдалану арқылы энергетиканың одан әрі дамуына негізделген.

Бесінші толқын (1985-2035 жж.) – микроэлектроника, биотехнология, гендік инженерия, энергияның, материалдың жаңа түрлері, космостық

кеңістікті игеру, спутниктік байланыс және т.б. салаларындағы жетістіктеріне сүйенеді [10].

XX ғасырдың екінші жартысынан бастап халықаралық ұйымдар тарапынан инновация ресми құжатпен бекітіле бастады. Инновация статистикасы жинақталған және оларды зерттеу әдістемесі берілген алғашқы құжат «Фраскати нұсқаулығы» болды. Оны ЭЫДҰ 1963 жылы Италияның Фраскати қаласында қабылдады және онда инновация ұғымы жаңа немесе жетілдірілген өнім түрінде нарыққа шығарылған тауарлар, сонымен қатар тәжірибеде қолданылатын жаңа технологиялық үдерістерге және әлеуметтік қызмет түрлеріне жаңа көзқарас ретінде жүзеге асырылған инновациялық қызметтің нәтижесі ретінде қарастырылады. Фраскати нұсқаулығын әзірлеушілердің бірі инновациялық үдерісті дамытудағы ұзақ толқындардың танымал теоретигі және ұлттық инновациялық жүйелер теориясының негізін қалаушы К.Фримен болды. Фраскати нұсқаулығы ең алдымен зерттеулер мен әзірлемелердің жіктелуіне арналды, онда іргелі зерттеулер, қолданбалы зерттеулер және эксперименттік даму сияқты ғылыми-зерттеу жұмыстарының түрлері ерекшеленді. Фраскати нұсқаулығын ЭЫДҰ-да жұмыс істейтін ғылым мен техника көрсеткіштері бойынша ұлттық сарапшылар тобы үнемі толықтырып отырды. Нұсқаулықты қолдану тәжірибесін тарату жөніндегі бастамалардың арқасында осы құжаттың соңғы басылымы 1993 жылы халықаралық стандартқа айналды. 1978 жылы «Ғылым мен техниканы халықаралық стандарттау бойынша ұсыныстар» әзірленді, оның нәтижесінде 1984 жылы «Ғылым мен техника статистикасы бойынша UNESCO нұсқаулығы» жарияланды [6, б.38].

Инновацияны халықаралық деңгейде зерттеуге арналған айтарлықтай жұмыстар 1980-90 жж. жүргізілді. Нәтижесінде 1992 жылы Норвегияның Осло қаласында Осло нұсқаулығының алғашқы басылымы шығарылды, онда өнеркәсіптік өндірісте технологиялық өнімдік және процестік инновацияларға басты назар аударылды. Бұл Еуропалық Қоғамдастықтың инновациялық зерттеуі сияқты кәсіпкерлік сектордағы инновациялардың табиғаты мен әсерін зерттейтін әртүрлі ауқымды зерттеулердің үлгісіне айналды. Осы зерттеулердің нәтижелері Осло нұсқаулығындағы тұжырымдамалар, анықтамалар мен әдіснамалар бөлігі одан әрі нақтыланып, 1997 жылы жарияланған Осло нұсқаулығының екінші басылымның пайда болуына әкелді, мұнда бақылау саласы қызмет көрсету секторын да қамтыды. Мамандар тарапынан инновацияны зерттеу жалғасып, Осло нұсқаулығының екінші басылымы одан әрі жетілдірілді. Аталаған екінші Осло нұсқаулығында технологиялық инновациялар (өнімдік және процестік) ғана кеңінен қарастырылған, ал енді технологиялық емес, яғни маркетингтік инновация мен ұйымдастыру инновациясы қарастырылмаған болатын. Сондықтан да 2005 жылы ЭЫДҰ мен Еуростат бірлесіп ұсынған Осло нұсқаулығының үшінші басылымында инновация анықтамасына маркетингтік және ұйымдастыру инновациясында қоса отырып, инновация бұл қандай да бір жаңа немесе жетілдірілген өнімді немесе үдерісті, маркетингтің жаңа әдісін немесе іскерлік тәжірибеде жұмыс

орындарын ұйымдастыруда немесе сыртқы байланыстарда жаңа ұйымдастыру әдісін пайдалануға енгізу деп толықтырылған [11].

Осло нұсқаулығының үшінші баслымына сәйкес инновация 4 түрге бөліп қарастырылған. Атап сайтсақ өнім инновациясы, процестік инновация, маркетингтік инновация және ұйымдастыру инновациясы. Бұл инновация түрлерінің анықтамалары бір-бірінен ерекшеленеді (1-сурет).



Сурет 1 – Осло нұсқаулығының үшінші баслымына сәйкес инновация түрлері

Ескертпе – [11, б.57] дереккөзі негізінде автормен құрастырылды

Осло нұсқаулығына сәйкес барлық инновациялар анықтама бойынша жаңалықтың қандай да бір үлесін қамтуы тиіс. Осы нұсқаулыққа сәйкес инновациялардағы жаңалықтың үш тұжырымдамасы қарастырылған: «ұйым үшін», «тауар (қызмет) нарығы үшін» және «бүкіл әлем үшін» жаңа болып табылатын жаңа немесе едәуір жетілдірілген тауарлар (қызметтер) [11, б.70].

Инновацияны ұйым өзінің ішкі мүмкіндіктерін пайдалана отырып, ғылыми зерттеу жұмыстарын жүргізіп, нәтижесінде жаңа өнімге (қызметке) қол жеткізуі мүмкін немесе басқа кәсіпорындармен немесе мемлекеттік ғылыми мекемелермен ынтымақтастық орнату арқылы инновациялық өнім өндіруі (қызмет көрсетуі) мүмкін.

Осло нұсқаулығында инновация санатына қандай да бір өзгерістерді енгізу үшін жаңалықтың ең төменгі деңгейі «ұйым үшін жаңа» ретінде белгіленген. Кейбір өнім, процесс, маркетинг немесе ұйымдастыру әдісі басқа фирмаларда қолданыста болып, бірақ бұл аталмыш фирма үшін жаңа нәрсе болса, онда ол үшін мұндай өзгеріс инновация ретінде қарастырылады [11, б.71].

«Нарық үшін жаңа» және «бүкіл әлем үшін жаңа» ұғымдары қандай да бір инновация басқа фирмаларда енгізілген ба немесе оны енгізген фирма нарықта, не өз саласында, не тіпті бүкіл әлемде бірінші болғанын анықтайды. Әр түрлі инновацияны бірінші болып әзірлейтін фирмалар барлық инновациялық үдерістің қозғаушы күші деп санауға болады. Онда көптеген жаңа идеялар мен білім пайда болады, бірақ инновацияның экономикалық әсері оларды басқа фирмалардың қабылдауына байланысты болады. Жаңашылдық дәрежесі туралы мәліметтер инновацияны құратындарды және оларды ұстайтындарды ажыратуға, диффузия үдерістерін зерттеуге және нарық көшбасшылары мен олардың ізбасарларын теңдестіруге мүмкіндік береді.

Инновацияны жүзеге асырған ұйым оны өз нарығына бірінші рет шығарғанда, нарық үшін жаңа инновация болып табылады. Нарық дегеніміз жай ғана зерттелетін ұйымның барлық бәсекелестерімен бірге қызмет ететін нарығы түсініледі – сонымен бірге географиялық аспектіні немесе өнімдердің типтік сериясын ескере отырып қызмет ететін нарықта түсінілуі мүмкін. Сондай-ақ, «нарық үшін жаңа» ұғымының географиялық аспектісі ұйымның өзі әрекет ететін нарық туралы түсінігімен анықталады және тиісінше отандық ұйымдарды да, халықаралық ұйымдарды да қамтуы мүмкін.

Инновация, егер оны жүзеге асырған ұйым осы тұрғыда барлық нарықтарда және барлық салалар арасында – ұлттық та, халықаралық та ауқымда алғашқы болып табылса, бүкіл әлем үшін жаңа болып табылады. Осылайша, «әлем үшін жаңа» ұғымы «нарық үшін жаңа» ұғымына қарағанда жаңашылдық дәрежесін білдіреді. Көптеген зерттеулерде нарық үшін жаңалық туралы мәселелер инновацияның жаңашылдық дәрежесін сипаттау үшін жеткілікті деп саналуы мүмкін, «әлем үшін жаңа» ұғымын пайдалану жаңалық факторын егжей-тегжейлі зерттеуге мүмкіндік береді.

2018 жылы Осло нұсқаулығының төртінші басылымы жарыққа шықты. Бұл төртінші басылымның ерекшелігі, жаңа ақпараттық технологиялардың пайда болуы және олардың жаңа бизнес-модельдерге әсері; білімге негізделген капитал маңызының артуы; инновациялық үдерістер мен олардың экономикалық салдарын түсінудегі прогресс сияқты негізгі тенденциялар ескерілген. Осло нұсқаулығының төртінші басылымына сәйкес инновация - бұл жаңа немесе жетілдірілген өнім немесе үдеріс (немесе олардың комбинациясы), ол алдыңғы өнімдерден немесе үдерістерден айтарлықтай ерекшеленетін әлеуетті пайдаланушыларға берілген өнім немесе пайдалануға енгізілген үдеріс [12]. Осы нұсқаулықта инновациялардың түрлерін ықшамдап, оларды екіге бөліп, яғни өнімдік инновация және бизнес процесстер инновациясы қарастырған.

Өнімдік инновация - бұл фирманың алдыңғы тауарларынан немесе қызметтерінен айтарлықтай ерекшеленетін және нарықта ұсынылған жаңа немесе жетілдірілген тауар немесе қызмет [12, б.34].

Бизнес процесстер инновациясы - бұл фирманың алдыңғы бизнес-процесстерінен айтарлықтай ерекшеленетін және фирма пайдалануға берген бір немесе бірнеше бизнес-функциялар үшін жаңа немесе жетілдірілген бизнес-процесс [12, б.34].

Мұнда «Бизнес-процесс» термині тауарларды немесе қызметтерді өндіру сияқты негізгі бизнес-функцияны, сонымен қатар дистрибуция және логистика, маркетинг, сату және сатудан кейінгі қызмет көрсету сияқты қосалқы функцияларды; фирма үшін ақпараттық-коммуникациялық технологиялар саласындағы қызметтерді, әкімшілік және басқарушылық функцияларын, фирма үшін инженерлік және олармен байланысты техникалық қызметтерді, сондай-ақ өнімдер мен бизнес-процестерді әзірлеуді қамтиды (1-кесте). Бизнес-процестерді тапсырыс беруші компанияның өзі болып табылатын қызметтер ретінде қарастыруға болады. Бизнес-процестерді өз күшімен жеткізуге немесе сыртқы көздерден сатып алуға болады [12, б.72].

Кесте 1 - Бизнес-процесстер инновациясының түрін анықтауға арналған функционалдық санаттар

Бизнес процесс	Бөлшек және ішкі санат
1	2
1. Тауарларды немесе қызметтерді өндіру	Өндірісті қолдау үшін инженерлік және соған байланысты техникалық сынақтарды, талдауды және сертификаттауды қоса алғанда, енгізілген ресурстарды тауарларға немесе қызметтерге айналдыратын қызмет.
2. Дистрибуция және логистика	Бұл функция келесілерді қамтиды: - қызметтерді тасымалдау және жеткізу; - қоймалау; - тапсырыстарды өңдеу.
3. Маркетинг және сату	Бұл функция келесілерді қамтиды: - жарнаманы (өнімді жылжыту және орналастыру, өнімді буып-түю), тікелей маркетингті (телемаркетинг), көрмелер мен жәрмеңкелерді, маркетингтік зерттеулерді және жаңа нарықтарды игеру жөніндегі басқа да іс-шараларды қоса алғанда, маркетингтік әдістер; - баға стратегиялары мен әдістері; - сату және сатудан кейінгі қызмет, оның ішінде анықтамалық қызмет және клиенттерді қолдау және олармен қарым-қатынас бойынша басқа да іс - шаралар.
4. Ақпараттық-коммуникациялық жүйелер	Ақпараттық-коммуникациялық жүйелерге қызмет көрсету және қамтамасыз ету, оның ішінде: - аппараттық және бағдарламалық қамтамасыз ету; - деректерді өңдеу және мәліметтер базасы; - техникалық қызмет көрсету және жөндеу; - веб-хостинг және компьютерлермен байланысты басқа да ақпараттық қызмет;

1-кестенің жалғасы

1	2
	Бұл функциялар жеке бөлімшеде немесе басқа функцияларға жауапты бөлімшелерде берілуі мүмкін.
5. Әкімшілендіру және басқару	Бұл функция келесілерді қамтиды: - жұмыс міндеттерін ұйымдастыруды қоса алғанда, бизнесті стратегиялық және жалпы басқару (кросс-функционалдық шешімдер қабылдау); - корпоративтік басқару (құқықтық, жоспарлау және қоғаммен байланыс); - бухгалтерлік есеп, аудит, төлемдер және басқа да қаржылық немесе сақтандыру қызметі; - адам ресурстарын басқару (оқыту және білім беру, кадрларды іріктеу, жұмыс орындарын ұйымдастыру, уақытша қызметкерлерді ұсыну, жалақыны басқару, денсаулық сақтау және медициналық қамтамасыз ету); - сатып алу; - жеткізушілермен, альянстармен және т.б. сыртқы қатынастарды басқару.
6. Өнімдер мен бизнес-процестерді әзірлеу	Фирманың өнімдерін немесе бизнес-процестерін қамту, сәйкестендіру, әзірлеу немесе бейімдеу бойынша қызмет. Бұл функция жүйелі түрде немесе арнайы негізде жүзеге асырылуы мүмкін және компания ішінде жүзеге асырылуы немесе сыртқы көздерден алынуы мүмкін. Бұл қызмет үшін жауапкершілік басқа функцияларға, мысалы, тауарлар мен қызметтерді өндіруге жауапты жеке бөлім немесе жауапты бөлімшелерде болуы мүмкін.
Ескертпе – [12, б.73] дереккөзі негізінде автормен құрастырылды	

1-кестеде Осло нұсқаулығына сәйкес бизнес процесстер инновациясы бойынша инновацияның объектісі бола алатын алты негізгі бизнес функция қарастырылған. «Тауарларды немесе қызметтерді өндіру» функциясы фирманың негізгі функциясын құрайды, ал қалған бес функцияға өндірісті қолдау және өнімді нарыққа шығару бойынша көмекші қызмет түрлері кіреді. Фирмалар бір немесе бірнеше функцияларға бағытталған бизнес-процестердің инновацияларын жасай алады. Мысалы, онлайн-тапсырыс беру жүйесін енгізу бизнес-функцияларды тарату және логистика саласындағы инновация болуы мүмкін. Әрбір бизнес функциясының қысқаша сипаттамасы, егжей-тегжейлі сипаттамамен бірге, деректерді жинау кезінде пайдалануға ыңғайлы. Бұл тізім шолуларда қолдану үшін өте қысқа және Осло басшылығының үшінші басылымындағы технологиялық, ұйымдастырушылық және маркетингтік инновациялардың анықтамаларымен қалыпты салыстыруды қамтамасыз етеді. Бүгінгі таңда инновациялық жаңалықтар Осло қаласында қабылданған шешім бойынша оның технологиялық сипаттары мен нарықтық ұстанымдарын айқындайтын нұсқаулықтарға және халықаралық стандарттарына сәйкес келуі керек [13].

ҚР Кәсіпкерлік Кодексінде инновация деп инновациялық қызметтің тұтынуға енгізілген, қандай да бір жаңа немесе айтарлықтай жақсартылған өнім (тауар, жұмыс немесе көрсетілетін қызмет), технология немесе процесс,

жаңа маркетинг әдісі немесе іскерлік практикадағы, жұмыс орындарын немесе сыртқы байланыстарды ұйымдастырудағы жаңа ұйымдастыру әдісі түрінде іске асырылған түпкілікті нәтижесі деп қарастырылған [14].

Жалпы XX ғасырдағы авторлардың инновация туралы көзқарасы мен халықаралық ұйымдар тарапынан қабылданған құжаттарға сәйкес «инновация» нарықтық экономиканың тұрақты қозғалысы мен өзгеруінің нәтижесі ретінде қарастырылып, түпкі мақсаты кәсіпкерлік пайда алудың негізі ретінде сипатталады.

«Инновациялық белсенділік» ұғымының мәнін түсіну үшін алдымен оның инновациялық қызметтен айырмашылығын түсіну қажет. «Инновациялық белсенділік» ұғымы «инновациялық қызмет» ұғымымен тығыз байланысты. зерттеулер барысында белгілі болғандай зерттеушілердің көпшілігі инновациялық белсенділікті инновациялық қызметпен теңестіреді, бірақ бұл ұғымның әртүрлі мәні бар, өйткені қызмет шұғылдану немесе іс-әрекеттер жиынтығы дегенді білдіреді, өз кезегінде белсенділік іс-әрекетке қатысуды көздейді [15].

Демек, инновация түрлерін іске асырумен байланысты іс-әрекет инновациялық қызмет болып табылады. Өнеркәсіп кәсіпорындарында инновациялық қызмет бұл өнімнің ассортиметін кеңейту және сапасын жоғарылату, технологияны жетілдіру және өндірісті ұйымдастыру мақсатында инновацияларды іске асыруға бағытталған қызмет.

Инновациялық қызмет - идеяларды (әдетте ғылыми зерттеулер мен әзірлемелердің нәтижелерін немесе өзге де ғылыми-техникалық жетістіктерді) нарыққа енгізілген жаңа немесе жетілдірілген өнімге, тәжірибелік қызметте пайдаланылған жаңа немесе жетілдірілген технологиялық үдеріске не әлеуметтік қызметтерге жаңа тәсілге түрлендірумен байланысты қызмет түрі. Инновациялық қызмет ғылыми, технологиялық, ұйымдастырушылық, қаржылық және коммерциялық іс-шаралар кешенін көздейді және олар өз жиынтығында инновацияларға әкеледі [10, б.17].

Осло (2005) нұсқаулығында инновациялық қызмет үздіксіз үдеріс екендігі атап көрсетілген және инновациялық қызмет шын мәнінде инновацияны жүзеге асыруға әкелетін барлық ғылыми, технологиялық, ұйымдастырушылық, қаржылық және коммерциялық қадамдарды қамтитыны туралы көрсетілген [11, б.23]. Ал Осло (2018) нұсқаулығында инновациялық қызмет фирманы инновацияға әкелетін фирма жүзеге асыратын даму, қаржы және коммерция саласындағы барлық қызметті қамтиды деп көрсетілген [12, б.20].

ҚР Кәсіпкерлік Кодексінде «Инновациялық қызмет деп инновацияларды жасауға бағытталған қызмет (ғылыми, ғылыми-техникалық, технологиялық, инфокоммуникациялық, ұйымдастырушылық, қаржылық және/немесе коммерциялық қызметті қоса алғанда) түсініледі» деп көрсетілген [14].

Отандық экономист ғалым О. Сабден инновациялық қызметті «аяқталған ғылыми зерттеулердің және әзірлемелердің нәтижесін жасауға және жүзеге асыруға бағытталған, болмаса нарықта сатылатын, жаңа немесе жетілдірілген өнімге, жаңа немесе жетілдірілген технологиялық үрдіске бағытталған жаңа

ғылыми-техникалық жетістіктерді, сонымен қатар соларға байланысты ғылыми зерттеулер мен әзірлемелер үрдісі» деп,- сипаттайды [16].

Қазіргі уақытта көптеген елдер экономикалық дамудың инновациялық жолын таңдауда. Өйткені тұтас елдің немесе аймақтың бәсекелестік артықшылығы оның инновациялық белсенділігінде болып отыр. Инновациялық белсенділік тек макро деңгейде ғана емес, микро деңгейде де бәсекелестік артықшылықты қамтамасыз ететін болады. Сәтті енгізілген инновация кәсіпорынға жоғары табыс әкеледі және өз сегментінде көшбасшы болуға мүмкіндік береді.

«Инновация» және «инновациялық қызмет» ұғымдары экономикалық категория ретінде ХХ ғасырда терең зерттелген болса, ал «инновациялық белсенділік» ХХ ғасырдың соңғы жылдары және ХХІ ғасырдың басынан бастап зерттеле бастады. Экономикалық әдебиеттерде және ғылыми мақалаларда көптеген зерттеуші-ғалымдар инновациялық белсенділікті дербес ғылыми категория ретінде қарастырады. Дегенмен бүгінгі таңда инновациялық белсенділік аясында ғалымдардың көзқарасы әртүрлі, оның бірыңғай нақты анықтамасы көрсетілмеген [17].

Алғаш рет инновациялық белсенділік ұғымының анықтамасы Й.Шумпетердің жазбаларында кездеседі. Ол бұл ұғымды дамуда және түрлендіруде жаңа комбинацияларды енгізу мүмкіндігі арқылы түсінуді ұсынды [4, б.21].

Академик Л.И. Абалкиннің пікірі бойынша «инновациялық белсенділік» – инновациялық-белсенді кәсіпорынның коммерциялық пайда мен бәсекелестік артықшылықтар алу мақсатында өндірісте өнімдік, үдерістік, ұйымдастырушылық және басқарушылық жаңалықтарды жасау, игеру және нарыққа шығару бойынша серпінді мақсатты қызметі [18].

Р.А. Фатхутдиновтың пікірінше инновациялық белсенділік өзбетінше категория, оның маңыздылығы инновациялық белсенділік көмегімен инновациялық қызметтің сипаты бағаланатындығында [10, б.257]. Бұл жағдайда Р.А. Фатхутдинов «инновациялық белсенділік» белгісі фирманың инновациялық қызметінің келесі ерекшеліктеріне ие болуы қажет деп есептейді. Біріншіден, инновациялық қызмет стратегиялық сипатта болуы керек және белгілі уақыт кезеңінде басқарылатын болуы тиіс (өйткені сыртқы ортаның тұрақсыздығы күрт өсті). Стратегиялық тәсіл жоғары сапалы инновациялық қызметті қамтамасыз етеді. Екіншіден, инновациялық қызмет қазіргі уақытта іс-әрекеттердің реттілігі бойынша да, олардың уақтылығы бойынша да ұтымды болуы керек, бұл жағдай талап ететін инновациялық қызметтің серпінін, қажетті іс-әрекеттер мен өзгерістердің белгілі бір қарқынын қамтамасыз етеді. Олай болмаған жағдайда, инновациялық қызмет жай қажетсіз болып қалады және жағымсыз салдар тудырады (уақыт пен ресурстардың резервтері тиімсіз сарқылады).

А.А. Трифилова инновациялық белсенділікті экономикалық субъектілердің жаңа технологияларды немесе жетілдірілген өнімдерді әзірлеу және шаруашылық айналымға тарту жөніндегі іс-шараларды жүзеге асыру

қарқындылығы ретінде қарастырады [19]. Ал И.В. Баранова мен М.В. Черепановалар инновациялық белсенділікті инновациялық әлеуетті жұмылдыру қабілетіне негізделген оның инновациялық қызметінің қарқындылығының кешенді сипаттамасы ретінде анықтайды [20].

А.И. Балашов, Е.М. Рогова, Е.А. Ткаченко кәсіпорынның инновациялық белсенділігі кәсіпорынның техникалық және ұйымдастырушылық жаңашылдыққа сезімталдығын, жаңалықтарды жасау, енгізу және коммерцияландыру бойынша қызметті жүзеге асырудың қарқындылығы мен уақтылығының деңгейін, қажетті ресурстарды жұмылдыра алу қабілетін, қамтитын инновациялық қызметінің кешенді сипаттамасы деп қарастырады [21].

О.Н. Мельников инновациялық белсенділік бәсекеге қабілетті уақытта мамандар өндіретін, нарыққа ұсынылатын үдерістердің, тауарлардың немесе қызметтердің экономикалық, басқарушылық, техникалық, технологиялық, әлеуметтік, ұйымдастырушылық, психологиялық және басқа да көрсеткіштерінің жаңалығына қол жеткізуде тауар өндірушілердің немесе қызмет көрсетушілердің жасампаздық қызметін білдіреді деп түсіндіреді [22].

А.В. Крайнова және О.С. Белокрылова инновациялық белсенділікті кәсіпорынның инновацияларды енгізуге және оны дамытуға бейімділігі тұрғысынан түсіндіреді [23,24].

О.Ю. Трилицкая инновациялық белсенділікті инновациялық, интеллектуалдық, ресурстық және басқа әлеуетті жұмылдыру қабілетінен тұратын, инновацияларды әзірлеу, енгізу және тарату бойынша жүзеге асырылатын іс-шаралар қызметінің қарқындылығы мен энергия дәрежесін қамтитын шаруашылық жүргізуші субъектінің инновациялық қызметінің кешенді сипаттамасы ретінде түсіну керек деп қарастырады [25].

О.М. Хотяшева, В.П. Баранчев, В.М. Мишин және Н.П. Масленниковалар кәсіпорынның инновациялық белсенділігіне кеңірек анықтама берген. О.М. Хотяшева инновациялық белсенділік ҒЗТКЖ жүргізу, өнімдерді дайындаудың технологиялық үдерістерін әзірлеу, жобалау, жаңа техника үлгілерін сынақтан өткізу және меңгеру, жаңа ұйымдастырушылық-басқарушылық шешімдерін әзірлеу және енгізу, ақпараттық ресурстарды құру және сатып алу және инновацияны ақпараттық қамтамасыз ету, қызметкерлерді даярлау және біліктілігін жоғарлату, маркетингтік зерттеулер жүргізу және лицензиялау, патенттеу, лицензияны сатып алу бойынша жұмыстар түрінде жүзеге асырылады деп қарастырады [26].

В.П. Баранчев, Н.П. Масленникова, В.М. Мишиннің көзқарастары бойынша фирманың инновациялық белсенділігі деп қызметтің осы түріндегі ілгерілеу мәселелерінде құзыреттілікке негізделген жаңалықтарға сезімталдықты, жаңашылдықты түрлендіру бойынша жүзеге асырылатын іс-әрекеттердің қарқындылық деңгейін және олардың уақтылығын, қажетті сан мен сападағы әлеуетті жұмылдыру қабілетін, сондай-ақ, оның жасырын жақтарын, қолданылатын әдістердің негізділігін қамтамасыз ету қабілетін, инновациялық үдеріс технологиясының құрамы мен операциялардың

кезектілігі бойынша ұтымдылығын қамтитын оның инновациялық қызметінің кешенді сипаттамасын қарастырады [27].

Ағылшын тілінде «инновациялық белсенділік» пен «инновациялық қызмет» ұғымдары бір-бірінен ерекшеленбейді, өйткені «белсенділік» және «қызмет» ағылшын тілінде бір сөзбен – «activity» деп жазылады. Сондықтан да батыста «innovative activity» ұғымының шамалы өзгеше анықтамасы жиі кездеседі. Инновациялар шетелдік кәсіпорындар үшін түпкі мақсат емес, олардың түпкілікті мақсаты экономикалық тепе-теңдік болып табылатын трансформациялық өзгерістердің динамикалық үдерістерін іске қосу үшін катализатор ретінде қызмет етеді [28]. Инновациялар, сондай-ақ нарықта бар өнімге қарағанда басқа сапалы ұқсас өнімді ұсына алатын интеллектуалдық қызметтің соңғы нәтижесі ретінде қарастырылады [29].

XXI ғасырда заманауи инновациялық жүйелерді дамытудың жаңа бағыттарының бірі ашық инновация моделі болып қалыптасты: мұнда фирма өз дамуын басқа компаниялармен бөлісе алады және инновациялық белсенділікті іске асыру үшін қажетті ресурстардың бір бөлігін сырттан тарта алады. «Ашық инновация» ұғымының негізін қалаушы Генри Чесбро, ол 2003 жылы алғаш рет «Ашық инновация: пайдалы технологияларды құру» атты кітабін жарыққа шығарды [30]. Г. Чесбронның пікірі бойынша ашық инновацияларға сәйкес компания өзінің ішкі идеяларымен бірге сыртқы идеяларды да пайдалану, сонымен қатар өзінің жетілдірілген технологияларымен нарыққа шығудың «ішкі» және «сыртқы» тәсілдерін қолдана алу түсініледі.

Қазіргі уақытта бұл әсіресе біздің отандық кәсіпорындар үшін өте қажет. Себебі отандық кәсіпорындардың инновациялық қызметінің тиімділігін арттыру үшін инновацияларды басқарудың жаңа тәсілдері мен әдістерін пайдалану олардың бәсекелік артықшылығын қамтамасыз ететін болады. Тәжірибе көрсетіп отырғандай, негізінен кәсіпорынның жеке әзірлемелерін пайдалануды көздейтін инновацияларға дәстүрлі көзқарас бүгінде көптеген жағдайларға байланысты тиімділігі өте төмен болып келеді. Оның түрлі себептері бар, негізгілерін атап айтатын болсақ, ішкі ресурстардың шектеулі болуына, ҒЗТКЖ саласындағы жеткіліксіз дамуға және жаңалықты енгізу ол алғаш рет орын алып отыруына байланысты белгілі бір тәуекелдің болуымен байланысты отандық кәсіпорындар көбінесе өз әзірлемелерін толық көлемде жүзеге асыруға қызығушылық таныта бермейді.

Ашық инновация моделінде ҒЗТКЖ-ны басқарудың ішкі үдерістерін олардың ашықтығы университеттердің, ұлттық зертханалардың, жеткізіп берушілердің, тұтынушылардың, жалпы осы үдеріске қатысушы тараптардың өзара ынтымақтастығы негізінде технологиялардың диффузиясы жағына қарай қайта қараудан тұрады.

Ашық инновацияның мәнін нақтырақ түсіну үшін оның жабық инновациядан ерекшеліктерін көрсететін қағидаттарын салыстырмалы түрде 2-кестеде қарастырамыз.

Кесте 2 – Ашық және жабық инновацияларды салыстыру

Кәсіпорынның атқарымдық саласы	Ашық инновация қағидаты	Жабық инновация қағидаты
1	2	3
Кәсіпорын сыртқы ортасы бойынша		
Сыртқы ортамен қарым-қатынасты басқару	Инновациялық өзара іс-қимыл тұтынушылармен, жеткізушілер-мен, бәсекелестермен, инновация-лық делдалдармен, компаниямен көлденең байланысты басқа да инновациялық-бағдарланған шаруашылық жүргізуші субъектілермен жүзеге асырылады	Инновациялық өзара іс-қимыл көбінесе тігінен ірі ғылыми-зерттеу зертханаларымен жүзеге асырылады
Кәсіпорын ішкі ортасы бойынша		
Қызметкерлерді басқару	Бізде талантты адамдардың бәрі бірдей жұмыс істей бермейді. Біз өз компаниямызда да, одан тыс жерлерде де жұмыс істейтін талантты адамдармен қарым - қатынас жасауымыз керек.	Осы саладағы талантты адамдар біз үшін жұмыс істейді.
ҒЗТКЖ	Сыртқы ҒЗТКЖ айтарлықтай құндылықты тудыруы мүмкін; ішкі ҒЗТКЖ осы құндылықтың бір бөлігін алу үшін қажет.	ҒЗТКЖ-дан пайда табу үшін біз өзіміз жаңалықты ашуымыз қажет, оны өнім деңгейіне дейін дамытып, түпкілікті нәтижеге жеткізуіміз керек.
Бәсекеге қабілеттілікті басқару	Олардың нәтижесі негізінде пайда табу үшін бізге өзіміз зерттеу жүргізудің қажеті жоқ; Бірінші нарыққа шыққаннан гөрі жетілдірілген бизнес модель құру маңыздырақ; Егер біз ішкі және сыртқы идеяларды тиімді пайдаланатын болсақ, біз жеңіске жетеміз.	Егер біз жаңалықты өзіміз жасасақ, біз онымен нарыққа бірінші болып шыға аламыз. Инновацияны нарыққа бірінші болып жеткізетін компания жеңеді. Егер біз салада ең жақсы идеялардың көпшілігін өзіміз жасасақ, онда біз жеңіске жетеміз.
Зияткерлік меншікті басқару	Біз өзіміздің зияткерлік меншікті басқалардың пайдаланғанынан пайда табуымыз керек және біздің бизнес-модельге сәйкес келген кезде басқа компаниялардан зияткерлік меншікті сатып алуымыз керек.	Бәсекелестер біздің идеяларымызды қолданып пайда көрмеуі үшін біз өзіміздің зияткерлік меншікті жақсы бақылауымыз керек.
Ескертпе –[30, б.112] дереккөзі негізінде автормен құрастырылды		

2-кестеге сәйкес «жабық инновация» қағидаттары бойынша сыртқы ортамен қарым-қатынасты басқаруда инновациялық өзара іс-қимыл көбінесе тігінен ірі ғылыми-зерттеу зертханаларымен ғана жүзеге асырылады, мұнда кәсіпорын мүмкіндігінше барлық жұмысты жабық түрде өз ішінде атқаруға

тырысады. Бұл үшін кәсіпорын үлкен көлемдегі шығындар жұмсауға мәжбүр болады. Ал кәсіпорынның ішкі ортасы бойынша қарастыратын болсақ, қызметкерлерді басқаруда ең үздік мамандарды тартады, ғылыми зерттеу жұмыстарына салынатын қаржы көлемін ұлғайтып отырады, мұндай ұйымдарда іске асырылған үздік идеялар есебінен бәсекелестерге қарағанда артық пайда ала отырып нарықта көшбасшыққа ие болады. Сондықтанда алынған пайдадан ғылыми зерттеулерге көбірек қаражат салуды жалғастырады және үздіксіз инновациялық цикл қалыптасады. Бәсекеге қабілеттілікті басқаруда кәсіпорын өз жаңалығын жоғары деңгейде қорғай білуі қажет, қазіргі ақпараттық технологиялардың дамыған жағдайындай оны іске асыру өте күрделі мәселе болып табылады. Зияткерлік меншікті басқаруда кәсіпорын өз жаңалығын патент, лицензия түрінде заңдық тұрғыдан қорғай білуі қажет.

Ал ашық инновация қағидаттары бойынша қарастыратын болсақ, сыртқы ортамен қарым-қатынасты басқаруда инновациялық өзара іс-қимыл серіктестермен көлденең байланыста жүзеге асырылады. Ашық инновация қағидаттарын кәсіпорын ішкі ортасы бойынша қарастыратын болсақ, қызметкерлерді басқаруда талантты адамдарды сырттан тарпай-ақ, керісінше қажет болған жағдайда ғана олардың қызметінен тапсырыс беру арқылы пайдаланылатын болады. ҒЗТКЖ басқаруда, тіпті кейбір кәсіпорындар өз ішінде ҒЗТКЖ жүргізбей-ақ, қажет технологияларды ынтымақтастық немесе стартаптарға инвестициялау тетіктері арқылы сыртқы мердігерлерден сатып алады. Бәсекеге қабілеттілікті басқаруда кәсіпорын бірінші нарыққа шығуға асықпайды, керісінше бірінші нарыққа шыққандардың тәжірибесін зерттей отырып, олардың кемшіліктерін қайталамай, өз бизнесін жетілдіріп одан кейін шығатын болады. Зияткерлік меншікті басқаруда өз жаңалығын басқалардың да пайдалануынан пайда табу және кәсіпорын қажет болған жағдайда басқалардың да зияткерлік меншігінен пайдаланатын болады.

Ашық инновацияларды жеткілікті дамыған, өркениетті нарықтық қатынастар жағдайында болатын құбылыс ретінде қарастыруға болады. Ашық инновациялық үдерістер жоғары бәсекеге қабілетті және серпінді жаһанданған нарықтық орта жағдайында көптеген тәуелсіз қатысушылардың еркін және ерікті мүдделі өзара іс-қимылын көздейді [31].

Кәсіпорын нарыққа тек өзінің әзірлемелері арқылы ғана емес, сонымен қатар басқа ұйымдармен ынтымақтастық орнату арқылы да жаңа өніммен шыға алады. Ашық инновациялар ішкі инновациялық үдерістерді жеделдету үшін, сондай-ақ нарықтарды кеңейту және инновацияларды тиімді пайдалану үшін мақсатты білім ағындарын пайдалануды білдіреді.

Ашық инновациялар келесі қағидаттарға негізделген [31, б.136]:

- тек ішкі жабық әзірлемелерді пайдаланудан сыртқы білімді пайдалануға көшу;
- нарықта компания үшін пайда әкелетін көптеген идеялар бар;
- ұйымның тұрақты бизнес-моделін құру нарықтағы көшбасшылықпен салыстырғанда басымдық болып табылады. Жаңалықтан пайда алу үшін оны алғашқы ашушы болудың қажеті жоқ;

- ішкі идеялар мен әзірлемелерді де, сондай-ақ және сыртқы идеялар мен әзірлемелерді де тиімді пайдалану қажет.

Ғылыми ізденістер барысында отандық ғалымдардың ғылыми еңбектерінде кәсіпорынның инновациялық белсенділігі туралы зерттеулер айтарлықтай көп емес екендігі белгілі болды.

Ф.М. Днишев және Ф.Г. Альжановалардың пікірінше отандық ғылым әлі нарық сұранысына сай емес, ол әлсіз инновациялық бағыттылығымен, шаруашылық тәжірибеден алшақтығымен сипатталады. Ғылыми зерттеулердің нәтижелері тұтастай алғанда экономикада сұранысқа ие емес және іс жүзінде енгізілуі жоқтың қасы деп айтуға болады. Бұған қазақстандық кәсіпорындардың инновациялық белсенділігінің тым төмен деңгейі дәлел [32]. Шын мәнісінде әлі күнге дейін отандық кәсіпорындардың инновациялық белсенділігінің деңгейі төмен күйінде қалып отыр.

Е. Әмірбекұлы кәсіпорынның жаңа қызмет, жаңа өнім шығарып немесе өндірісте жаңа әдістерді қолдану арқылы жұмыс істеуі оның инновациялық қызметінің қалыптасқанын көрсетеді. Осы инновациялық қызметті жандандыру, жаңалыққа, шаруашылық қызметте жаңа технологияларды пайдалануға ұмтылу кәсіпорынның инновациялық белсенділігін бейнелейді деп пайымдайды [3, б.32].

Л.К. Мухамбетова, Г.К. Чимгентбаева және М.Е. Мунасипованың пікірлерінше, инновациялық белсенділікті анықтауда оны жүзеге асыратын уақыттың маңыздылығын ескеру ұсынылады. Инновациялық белсенді кәсіпорын – бұл соңғы үш жыл ішінде инновациялық жаңашылдықты қалыптастыруды жүзеге асыратын, яғни жаңа «жетілдірілген» өнім, қызметтер, әрі қарай тарату технологиясымен коммерцияландыру және инновациялық қызметтің өзге де түрін жүзеге асырған, инновациялық қызметте өзінің зерттеулеріне, қызметкерлерді оқытуға ақша бөлген, инновациялық қызметті жүзеге асыру барысында өзге кәсіпорындармен, ғылыми-зерттеу ұйымдармен әлеуметтік серіктестік құрған кәсіпорын болып табылады [33].

А.А. Ережепованың пікірі бойынша инновациялық белсенділік кәсіпорында инновациялық өзгерістердің қарқындылығын білдіреді [34].

Р.О. Бугубаева және Р.Б. Бегежанов пікірі бойынша инновациялық қызметтің маңызды сипаттамасы болып табылатын инновациялық белсенділік - мақсатты құрылымдар мен басқару әдістері арқылы кәсіпорын қызметкерлерінің жаңалықтарға жоғары сезімталдығын мақсатты қолдау [35].

Инновациялар мен бәсекелестік артықшылық бұл әр түрлі тұжырымдамаларды сипаттайтын болғанымен, олар өзара тығыз байланысты. Бизнестегі бәсекелестік артықшылыққа бизнес салаларын талдау және зерттеулер арқылы жаңа идеяларды енгізу нәтижесінде компания өз бәсекелестеріне қарағанда артықшылық ие болады. Инновацияны енгізу арқылы компания бәсекелестермен салыстырғанда көбірек пайда алады [36].

Нарықтағы бәсекелестікте артықшылықты қамтамасыз етуде клиенттердің жоғары талғамын қанағаттандыру үшін ұйымдар ерекше жаңа өнім түрін шығаруға мүдделі. Бұл инновациялар арқылы іске асырылып, кәсіпорынға

комақты пайда әкеледі және олардың бәсекелестік артықшылығын қамтамасыз етудің басты құралы болып табылады. Сондықтанда ұйымдардың табысқа жетуінде инновациялық белсенділік маңызды болып табылады.

Кейбір зерттеушілер инновацияны енгізу үдерісін жаңадан бастаған кәсіпорындарды да инновациялық белсенді кәсіпорын деп қарастырады. Мұнда кәсіпорынға инновацияларды енгізіп инновациялық өнім шығарған, сонымен қатар иновацияны енгізуді енді қолға алған, бірақ әлі инновациялық өнім шығарып үлгермеген болса да инновациялық белсенді кәсіпорын деп қарастырады [37]. Ал біздің отандық ресми статистикалық құжаттарда соңғы 3 жыл ішінде «Зерттеу кезінде жалғасын табатын және тоқтатқан инновацияны қоса алғанда инновациялық белсенділік көрсеткен кәсіпорын инновациялық-белсенді кәсіпорын болып табылады. Зерттеу жүргізу кезеңінде инновацияларды құрумен байланысты қандай да бір қызметті жүргізген, бұл қызмет инновациялардың нақты пайда болуына әкелген, әкелмегеніне қарамастан кәсіпорын инновациялық-белсенді кәсіпорын болып саналады» деп көрсетілген [38].

Сонымен қатар осы бұйрыққа сәйкес «Инновациялар саласындағы белсенділік деңгейі» көрсеткіші республика бойынша, астана және республикалық маңызы бар қалалар, облыстар бөлінісінде, сондай-ақ салалар бойынша кәсіпорындардың инновациялық қызметін зерттеу негізінде жылына бір рет қалыптастырылады. Осы көрсеткіш инновациялық тұрғыдан белсенді, яғни инновациялық қызметтің қандай да бір түрімен айналысатын кәсіпорындар санының жұмыс істеп тұрған кәсіпорындардың жалпы санына арақатынасымен және оны 100-ге көбейту арқылы анықталады:

$$Lact = \frac{N_{hi}}{N_{tre}} * 100 \quad (1)$$

мұнда:

Lact - инновация саласындағы белсенділік деңгейі;

N_{hi} - инновациясы бар кәсіпорындар саны;

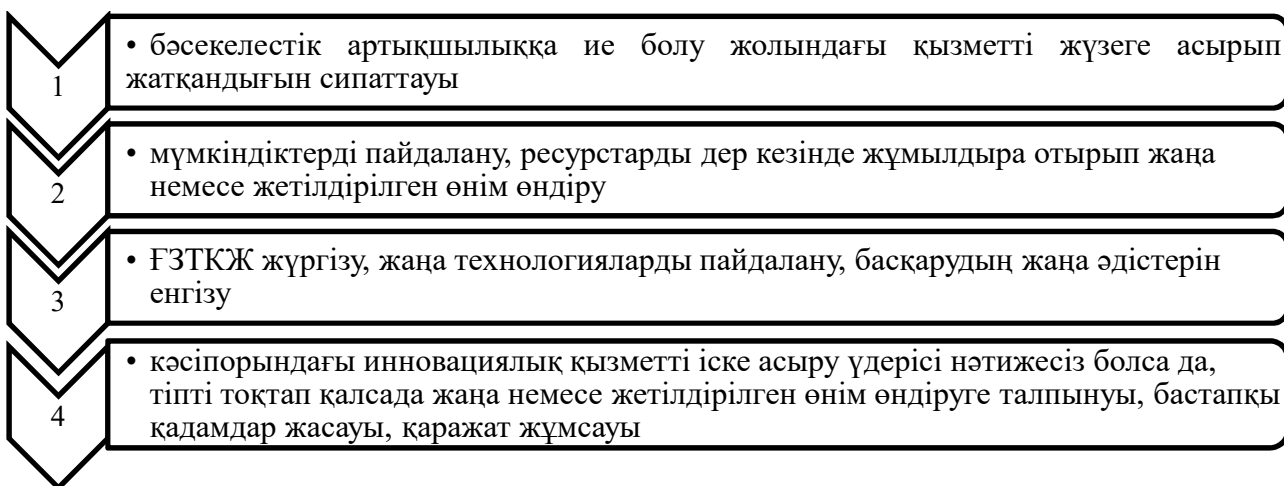
N_{tre} - жұмыс істеп тұрған кәсіпорындардың жалпы саны.

Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі Ұлттық статистика бюросы ұсынған «инновациялық белсенділік» анықтамасы едәуір оңтайлатылған: инновациялық белсенділік инновациялық қызметтің кешенді көп критерийлік сипаттамасы емес, қарапайым статистикалық көрсеткіш ретінде қарастырады [38].

Осло нұсқаулығына сәйкес берілген уақыт кезеңінде қандай да бір фирманың инновациялық белсенділігі төмендегі үш түрдің бірін қабылдай алады: бірінші табысты, яғни қандай да бір нәтижемен жаңа инновацияны енгізу, ол жоба тіпті коммерциялық тұрғыдан табысты болу міндетті емес деп қарастырады; екіншіден, жалғасатын, яғни енді ғана үдеріс басталды, бірақ ол жоба бойынша инновация жүзеге асырылмаған болса да; үшіншіден,

инновациялық жоба жүзеге асырылғанға дейін тоқтатылған болса да кәсіпорын инновациялық белсенді деп есепке алынады [11, б.24].

Инновациялық белсенділік бойынша ғалымдардың еңбектерін, халықаралық ұйымдардың нұсқаулықтары мен мемлекеттік деңгейде қабылданған заң актілері мен нормативтік құжаттарды зерттеу барысында, олардың кәсіпорынның «инновациялық белсенділік» ұғымына берген сипаттамалары әртүрлі болғанымен, жалпы алғанда олардың берген анықтамаларында мағынасы жағынан ұқсастықтардың бар екендігін анықтадық (2-сурет).



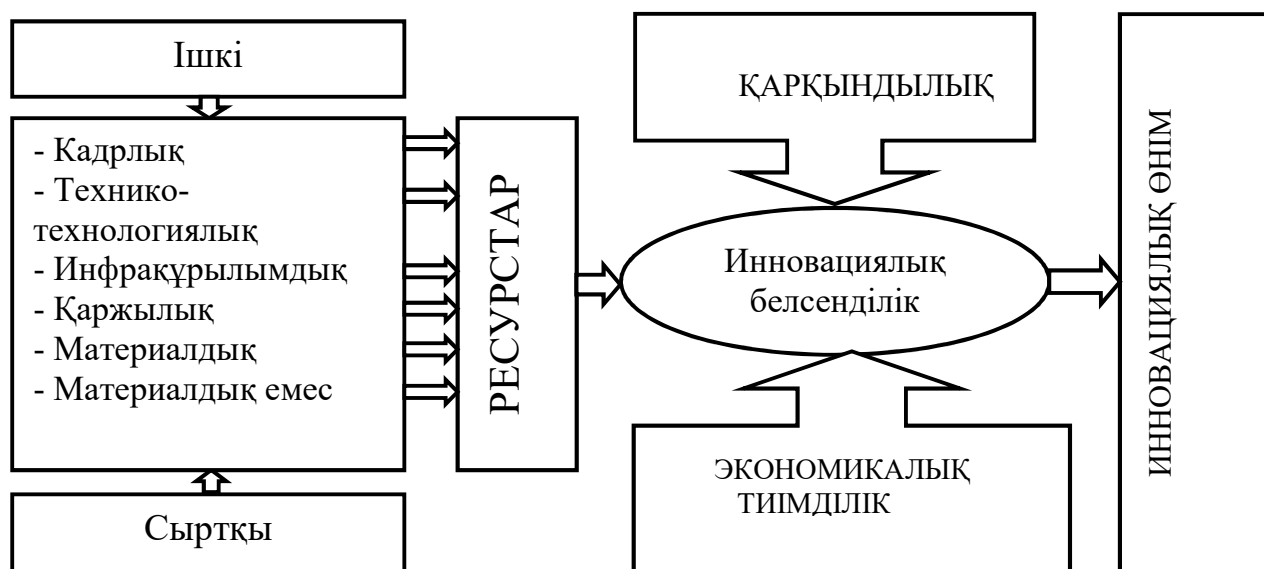
Сурет 2 - Кәсіпорынның инновациялық белсенділігіне авторлардың берген анықтамаларының жалпы сипаттамасы

Ескертпе – Автормен құрастырылды

Кәсіпорынның инновациялық белсенділігін сипаттау мақсатында берілген анықтамаларды жан-жақты зерттегеннен кейін авторлық анықтаманы келесідей ұсындық. Біздің ойымызша кәсіпорынның инновациялық белсенділігі деп кәсіпорын барлық (ішкі және сыртқы) мүмкіндіктерді максималды түрде пайдалана отырып инновациялық қызметті қарқынды және экономикалық тұрғыдан тиімді іске асыру нәтижесінде бәсекелік артықшылыққа ие болуын түсінеміз. Себебі кәсіпорынның инновациялық белсенділігінің арқасында инновациялық қызмет қарқынды, әрі экономикалық тұрғыдан тиімді орындалуы қажет. Мұнда қарқындылықтың қажеттілігі, инновациялық қызмет үздіксіз жалғасып, уақыт өткен сайын оны одан әрі күшейте түсуі қажет, себебі уақыт өте келе инновация өзінің құндылығын жоғалтуы мүмкін, сондықтан инновациялық қызметті қарқынды түрде іске асыру қажет деп есептейміз. Сонымен қатар енгізілген инновацияның экономикалық тиімділігіне де мән беру қажет. Кейбір жағдайларда енгізілген инновация түрлі факторларға байланысты экономикалық тиімді болмай қалуы да мүмкін. Осло нұсқаулығына сәйкес фирманың инновациялық белсенділігін қарастырғанда коммерциялық тұрғыдан табысты болу міндетті емес деп көрсетілген. Біздің

пайымдауымызша, экономикалық тұрғыдан тиімсіз болатын инновациялық қызметті іске асыратын кәсіпорынды инновациялық белсенді деп айта алмаймыз. Өйткені, шектен тыс көп шығын жұмсау арқылы инновациялық қызметті көптеген кәсіпорындар іске асыруы мүмкін, нәтижесінде инновациялық өнімнің бағасы өте қымбат болып, ол тұтынушылар қол жетімді болмайды. Бағасы өте қымбат өнім кәсіпорын үшін бәсекелестік артықшылықты да қамтамасыз ете алмайды. Жоғарыда атап өткеніміздей инновацияларды кәсіпорынға енгізу, кәсіпорынның инновациялық тұрғыдан белсенді болуының негізгі мақсатының бірі бұл кәсіпорын үшін бәсекелестік артықшылық қамтамасыз ету болатын. Бүгінгі таңда халықаралық деңгейде кәсіпорындардың бәсекелестік күресте артықшылық ие болуы, олардың инновациялық белсенділігінің арқасында орын алып отыр. Өйткені инновациялық белсенділік бұл кәсіпорынға жан-жақты тиімді және оңтайлы жағдайда қызметін іске асыруды қамтамасыз ету құралы болып табылады. Ресурстардың шектеулілігі жағдайында, өнеркәсіп кәсіпорындары шектен тыс қаражат жұмсау мүмкіндігіне ие емес. Сондықтанда инновацияны енгізуде, алдымен оның экономикалық тиімділігі ескерілуі қажет.

Кәсіпорынның инновациялық белсенділігіне берілген авторлық анықтамада кәсіпорынның инновациялық қызметін жүзеге асырудың қарқындылығын және экономикалық тұрғыдан тиімділігін жан-жақты қарастырылып отыр. Кәсіпорынның инновациялық белсенділігін басқару мақсатында берілген анықтаманың мәні мен мазмұны түсінікті болуы қажет. Сондықтанда «инновациялық белсенділік» анықтамасы түсінікті болуы үшін, оның негізгі құраушыларын 3-суретте ұсынамыз.



Сурет 3 - Инновациялық белсенділіктің негізгі құраушылары

Ескертпе – Автормен құрастырылды

Біз ұсынып отырған 3-суреттегі сызба негізінде кәсіпорын инновациялық белсенділік нәтижесінде белгілі уақыт аралығында инновациялық қызметті

қажетті ресурстармен қарқынды және экономикалық тұрғыдан тиімді жүзеге асыра отырып инновациялық өнімдерді шығаруға қол жеткізеді. Бұл жерде белгілі уақыт дегеніміз кәсіпорынға бәсекелестік артықшылықты қамтамасыз ету кезеңін қамтитын уақыт назарға алынып отыр. Ол жоғарыда түрлі авторлар берген анықтамалардағы және халықаралық ұйымдар мен мемлекеттік органдар бекіткен құжаттардағы нақты үш жылдық мерзім ғана емес, яғни кәсіпорынға бәсекелестік артықшылықты қамтамасыз ету кезеңі одан кем немесе көп болуы да мүмкін. Ал ресурстарға кәсіпорынды басқарушы менеджерлер, өнімді дайындаушы мамандар, яғни кадрлық ресурс, инновациялық инфрақұрылым, қаржылық ресурс, технико-технологиялық ресурс, материалдық және материалдық емес ресурстар жатады. Сондай-ақ, кәсіпорынның инновациялық тұрғыдан белсенді әрекет етуі үшін қажет болған жағдайда ішкі ресурстар жетіспесе, оларды сырттан тарту мүмкіндіктерінің де бар екендігіне ерекше көңіл бөлініп отыр.

Жалпы бұл бөлімшеде «инновация» терминінің экономиканың, сонымен қатар менеджменттің әртүрлі салаларында қолданылу аясын зерттей отырып, «инновация» туралы әртүрлі авторлардың көзқарастарын, халықаралық ұйымдар мен мемлекеттік органдар тарапынан ресми бекітілген құжаттарды жан-жақты қарастырдық. Сондай-ақ, «инновациялық белсенділік» ұғымының мәнін түсіну үшін оның инновациялық қызметтен айырмашылығын анықтадық. Көптеген зерттеушілер «инновациялық қызмет» ұғымын «инновациялық белсенділік» ұғымымен тығыз байланыстырады, инновациялық қызметті инновациялық белсенділікпен бірдей қарастырады, бірақ бұл ұғымдардың өздерінің мәні мен мағынасына қарай әртүрлі сипатқа ие. Мысалы әдетте қызмет шұғылдануды немесе іс-әрекеттер жиынтығын білдірсе, белсенділік сол іс-әрекеттерді уақтылы және тиімді іске асырумен байланысты үдерісті білдіреді. Осы инновациялық қызмет пен инновациялық белсенділіктің бір-бірінен ерекшелігін көрсете отырып кәсіпорынның инновациялық белсенділігіне авторлық анықтама берілді.

1.2 Тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін бағалау әдістемесі мен көрсеткіштері

Тоқыма өнеркәсібі саласы бұл кез келген елдің экономикасының аса маңызды көп бейінді және инновациялық тұрғыдан тартымды секторының бірі болып табылады. Өйткені халыққа ең қажетті алғашқы өнім азық-түлік тауарлары болса, одан кейінгі орында тоқыма бұйымдары болып табылады. сонымен қатар тоқыма өнеркәсібі қоғамда үлкен әлеуметтік маңызға ие, себебі ол жеке пайдалану үшін әртүрлі өнімдер шығарады және сол арқылы адамдардың материалдық әл-ауқатының маңызды компоненттерінің бірін құрайды.

Бүгінгі ғылым мен техниканың жедел дамуы көптеген салаларда өзгерістерге алып келуде. Олардың қатарында тоқыма өнеркәсібі саласында да айтарлықтай өзгерістер орын алуда. Әсіресе соңғы жылдары тоқыма

өнеркәсібінде қолданылатын шикізатқа байланысты мақта, жүн, жібек, зығыр қосалқы салаларымен қатар жасанды талшықтар өндірісі қарқынды дамуда [39].

Тоқыма өндірісінің даму кезеңінде көп жылдар бойы мақта негізгі шикізат болып келді, бірақ сонымен қатар жібек, жүн, зығырда қолданылды, ал соңғы жылдарда жасанды талшықтардан кеңінен пайдаланыла бастады. Қазіргі уақытта әлемдік мата өндірісінде химиялық талшықтардың үлесі едәуір өсті, мақта, жүн және әсіресе зығырдың үлесі азайды. Бүгінгі таңда дамыған елдердің тоқыма өнеркәсібіндегі химиялық талшықтардың үлесі артып келеді, дамушы елдердің экономикасында мақта, жүн, табиғи жібек тоқыма шикізатының негізгі түрлері болып қалуда, дегенмен соңғы уақытта жалпы тоқыма өндірісінің құрамында химиялық талшықтардан жасалған бұйымдардың үлесі айтарлықтай өсті.

Тоқыма өнеркәсібі тұтастай алғанда дамушы елдер тобы бойынша неғұрлым жылдам қарқынмен дамуда. Бүгінде әлемдік тоқыма өнеркәсібінде бес басты өңір қалыптасты: Шығыс Азия, Оңтүстік Азия, ТМД, Батыс Еуропа және АҚШ. Әлемдегі тоқыма өнеркәсібінің басты өңірі Азия болды. Мақта маталарының негізгі өндірушілері Қытай мен Үндістан. Жүн мен жүн маталарының жетекші өндірушілері Австралия, Жаңа Зеландия және Қытай. Ең қымбат жібек маталарды өндіруде АҚШ көшбасшы болып табылады, сонымен қатар Азия елдерінің, әсіресе Үндістан, Қытай және Жапонияның да үлесі өте жоғары.

Тоқыма өнеркәсібін дамытудың ел экономикасына тигізетін пайдасы көп. Оның ерекшелігі, алдымен халық санының жылдан жылға өсуіне байланысты өнімге деген сұраныстың тұрақты артуы, бұл сала салыстырмалы түрде басқа салаларға қарағанда қомақты инвестицияны қажет етпейді және салынған қаражаттың қайтуы қысқа уақыт ішінде іске аса бастайды, сондай-ақ, капиталдың динамикалық айналымымен ерекшеленеді. Сонымен қатар, елдегі әлеуметтік мәселелерді шешуде, халықты жұмыспен қамтуда атап айтқанда, тоқыма өнеркәсібі саласында жұмыспен қамтылғандардың басым бөлігі әйелдер, әлеуметтік шиеленісті төмендетуге, халықтың өмір сүру деңгейін жақсартуға көмектеседі.

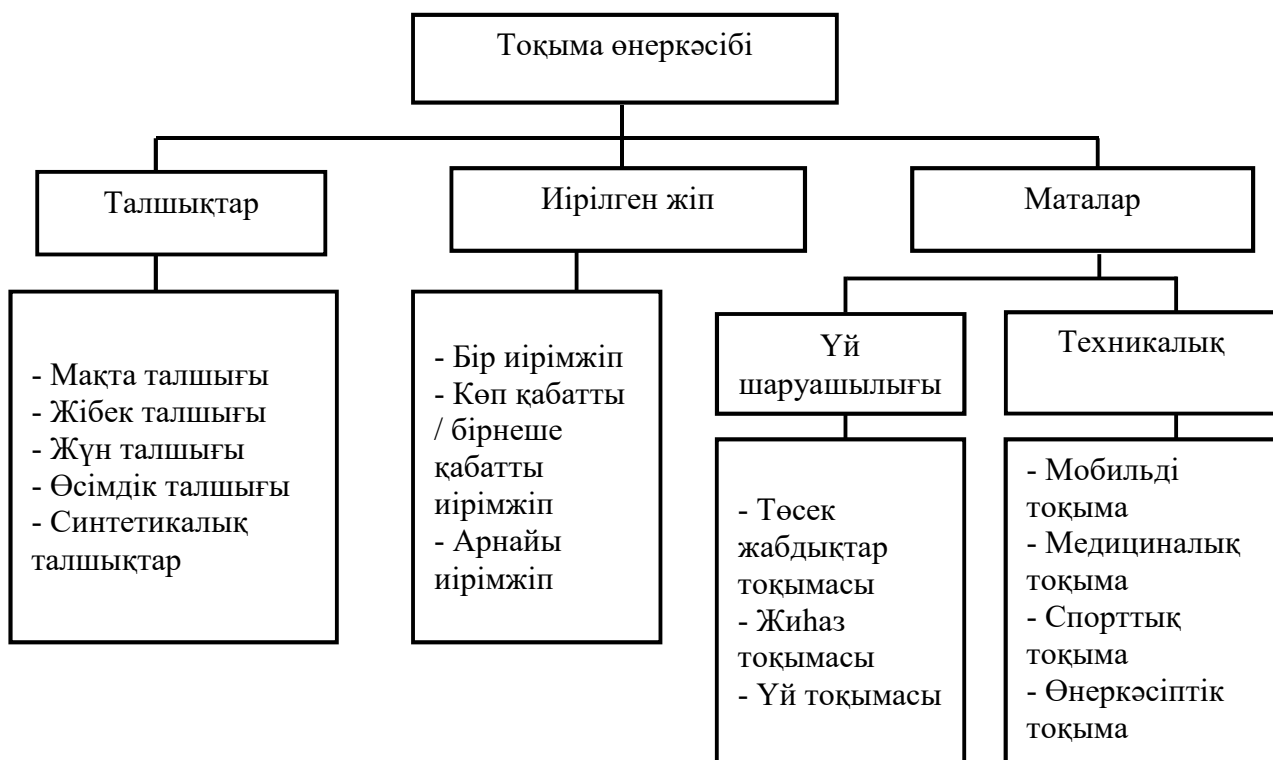
Сондықтан да көптеген елдерде тоқыма өнеркәсібінің дамуы мемлекеттің тікелей қолдауымен байланысты болып келеді. Мемлекеттік бағдарламалар қабылдау арқылы тоқыма саласын тікелей қолдауды, жеңілдетілген салық саясатын енгізу, кедендік реттеуді, экспортқа өнім шығаратын кәсіпорындарды қолдауды, өндірістік инфрақұрылымды құруды және жетілдіруді, технологиялық жаңғыртуды ынталандыруды, шикізат алудан бастап дайын өнімді өндіруге және сатуға дейін барлық үдерісті қамтиды.

Соңғы жылдарда әлемдік тоқыма өндіріс орталығы біртіндеп АҚШ пен Батыс Еуропа елдерінен Азия мен Оңтүстік Америкаға көше бастады. Бұл тоқыма өнеркәсібінің тағы бір ерекшелігін көрсетеді – мұнда жұмыс күшінің құны төмен елдер көш бастап тұр [40].

Бұл дамушы елдерге өз өндірістерін құруға және экономиканы біртіндеп дамытуға мүмкіндік береді. Азиялық бәсекелестікке қарсы тұру үшін

еуропалық және американдық өндірушілер сапаға баса назар аудара отырып, капиталды көп қажет ететін және өндіріске инновациялық технологияларды енгізуге өте бастады. Сонымен қатар, дамушы елдердің өндірушілері үшін кәсіпорындарды біріктіру және олардың санын азайту, жабдықтар мен технологиялық кешендердің импорты тән. Ал дамыған елдерде өндіріс құны жоғары шағын фирмалардың өсу тенденциясы байқалады.

Тоқыма өнеркәсібі бұл шикізаттан дайын тоқыма өнімдерін алғанға дейін көптеген, яғни жүннен, мақтадан, түрлі жасанды және синтетикалық талшықтардан, өсімдік талшықтарынан жіп иіріп, одан мата тоқумен шұғылданатын бірнеше сатылар жиынтығын қамтитын күрделі үдерістерден тұрады (4-сурет).



Сурет 4 – Тоқыма өнеркәсібінің сатылары

Ескертпе – Автормен құрастырылды

4-сурет бойынша тоқыма саласы бірнеше сатылардан тұратын құрылым екені көрініп тұр. Мұнда тоқыма өнеркәсібі алдымен түрлі талшықтарды дайындаудан бастап олардан жіп иіріп, одан кейін түрлі маталар тоқу кезеңдерінен тұрады.

Елдегі кез-келген саланы жан-жақты қолдап дамыту үшін, алдымен сол саланың мүмкіндіктері, мемлекет экономикасындағы орны, экономикаға келтіретін пайдасы ескерілуі тиіс. Сонымен қатар саланы дамыту мемлекеттің бәсекеге қабілеттілігін арттыруда басқа салалармен салыстырғанда қаншалықты артықшылыққа ие екендігі анықталуы қажет.

Халықаралық тәжірибеде елдегі кез-келген саланың бәсекеге қабілеттілігін анықтауда салыстырмалы артықшылықтардың индексі (RCA) көрсеткішінен пайдаланылады. Бұл RCA индексі ел экспортының жалпы көлеміндегі белгілі бір өнім түрінің экспорт үлесінің әлемдік экспорт көлеміндегі сол өнім түрінің үлесіне қатынасы ретінде есептеледі.

Салыстырмалы артықшылық индексін (RCA) есептеу тәртібін 1965 жылы Б. Баласса (B. Balassa) жасаған. Balassa индексінің өзге экономикалық көрсеткіштерден артықшылығы оны қолдана отырып, экспорттық артықшылығы бар салаларды белгілеу және оларды кейіннен дамыту үшін тиісті шаралар әзірлеуге мүмкіндіктер береді. Жалпы түрдегі салыстырмалы артықшылық индексі мынадай формула бойынша есептеледі [41]:

$$RCA_{sj} = \frac{\frac{x_{sj}}{X_{st}}}{\frac{x_{wj}}{X_{wt}}} \quad (2)$$

мұнда,

RCA_{sj} - салыстырмалы артықшылықтардың индексі, өнім экспорты бойынша есептеледі.

x_{sj} және x_{wj} – s мемлекеті үшін j тауарын экспорттаудан және j тауарының әлемдік экспортынан түсім көлемі.

X_{st} және X_{wt} – таңдалған ел және әлем бойынша жалпы экспорт көлемі.

RCA мәндері экономиканың белгілі бір секторында мамандану болмаған кезде $0 < RCA < 1$ -ге дейін, ал бәсекелестік артықшылығы болған кезде $RCA > 1$ шексіздікке дейін өзгеруі мүмкін.

Бүгінгі таңда еліміздегі тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының экономикалық дамуы, олардың инновациялық белсенділігінің жай-күйіне және деңгейіне байланысты болып отыр. Бұл алдымен тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділік көрсеткіштерін анықтауды қажет етеді.

Кәсіпорындарға ұсынылатын көптеген инновациялық идеялар мен тұжырымдамаларды басқару және бақылау үшін көрсеткіштер қажет. Ресурстарды тиімді бөлу және инновациялық үдерістің әр кезеңіндегі тиімділігін бағалау үшін белгілі іріктеу критерийлері маңызды болып табылады. Түрлі өтініш берушілердің инновациялық жобаларға ұсыныстарын нақты бағалау және субсидияланатын жобалардың барысын бағалау үшін нақты көрсеткіштерге ие болу маңызды. Сондай-ақ инновацияларды бағалау үдерісін жетілдіру инвесторларға жаңа кәсіпорындарды қаржыландыруға көмектеседі [42].

Қазіргі уақытта инновациялық белсенділікті есептеудің бірыңғай әдістемесі жоқ, бұл жүргізілетін зерттеудің әдістемелік аппаратын әзірлеудің күрделі болуымен, сондай-ақ инновациялық белсенділікті анықтауда авторлар көзқарасының әртүрлі болуымен, кәсіпорындардың инновациялық қызметіне әсер ететін факторларды анықтау қиындықтарымен түсіндіріледі [43]. Сонымен

қатар қазіргі кезеңде инновациялық даму деңгейін бағалаумен байланысты әдістемелердің едәуір саны бар екеніне қарамастан, олардың арасында қандай да бір ведомство бекіткен немесе жалпы қабылданған әдістемелер жоқ [44].

Сондықтан да зерттеу барысында белгілі болғандай, тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін тиімді басқару үшін олардың инновациялық белсенділік көрсеткіштерін инновация түрлеріне байланысты нақты анықтау қажет.

ЭЫДҰ мен Еуростат бірлесіп ұсынған Осло нұсқаулығында инновациялық белсенділікті кәсіпорынның әзірлемелер мен зерттеулерге шығындары, тіркелген патенттер саны, сатып алынатын инновацияларға арналған шығындар, кәсіпорынның инновациялық қызметіне қатысатын қызметкерлердің үлесі сияқты көрсеткіштер бойынша өлшеу қарастырылған [11, б.120]. Бұл көрсеткіштер инновациялық белсенділікті анықтауда қолданылады.

Еуропалық Одақ елдерінде жыл сайын Еуроодаққа мүше мемлекеттердің инновациялық қызметін салыстырмалы бағалауды қамтамасыз ететін «Еуропалық Инновациялық Тақта» (EIS) жарияланады. 3-кестеге сәйкес, «Еуропалық Инновациялық Тақта 2019» индикаторлардың 4 негізгі түрі мен 10 инновациялық өлшемді бөліп көрсететін 27 түрлі көрсеткішті қамтиды [45]. «Еуропалық Инновациялық Тақта» Еуростат және басқа халықаралық мойындалған деректерді талдау кезінде қол жетімді соңғы статистиканы пайдаланады. Халықаралық дереккөздер елдер арасындағы салыстыруды қамтамасыз ету үшін мүмкіндігінше пайдаланылады.

Кесте 3 - «Еуропалық Инновациялық Тақта 2019» өлшем құрылымы

Инновациялық аспекті	Көрсеткіш
1	2
Негізгі шарттар	
Кадрлық ресурстар	- докторантураның жаңа түлектері - жоғары білімі бар 25-34 жас аралығындағы тұрғындар - өмір бойы оқыту
Тартымды зерттеу жүйелері	- халықаралық ғылыми бірлескен жарияланымдар - ең үздік 10% сілтеме жасалған жарияланымдар - докторантурадағы шетелдік студенттер
Инновациялық орта	- кең жолақты қолжетімділікке ену - мүмкіндіктерге негізделген кәсіпкерлік
Инвестициялар	
Қаржы және қолдау	- мемлекеттік сектордағы ҒЗТКЖ-ға шығыстар - венчурлік капиталға шығыстар
Фирманың инвестициялары	- кәсіпкерлік сектордағы ҒЗТКЖ-ға шығыстар - ҒЗТКЖ-ға байланысты емес инновацияларға арналған шығыстар - қызметкерлерінің АКТ дағдыларын дамыту немесе жетілдіру бойынша оқытуды ұсынатын кәсіпорындар
Инновациялық қызмет	
Инноваторлар	- өнім немесе процестік инновациялары бар ШОК - маркетинг немесе ұйымдастыру саласындағы инновациялары

3-кестенің жалғасы

1	2
	бар ШОК - компания ішінде инновацияларды енгізетін ШОК
Байланыс	- инновациялық ШОК басқалармен коллаборациясы - мемлекеттік жеке бірлескен жарияланымдар
	- ҒЗТКЖ-ға мемлекеттік шығыстарды жеке бірлесіп қаржыландыру
Зияткерлік активтер	- РСТ патенттік өтінімдері - тауар таңбаларына өтінімдер - өтінімдерді әзірлеу
Әсер ету	
Жұмыспен қамтуға әсері	- ғылымды қажетсінетін қызметте жұмыспен қамтылу - инновациялық сектордың қарқынды дамып келе жатқан кәсіпорындарында жұмыспен қамтылу
Сату әсері	- орта және жоғары технологиялық мақсаттағы өнімдердің экспорты - ғылымды қажетсінетін қызметтердің экспорты - нарық үшін жаңа және кәсіпорын үшін жаңа инновациялық өнімдерді сату
Ескертпе - [45, б.12] дереккөзінен алынды	

3-кестеде көрсетілген мәліметтер Еуропалық Одақ елдерінің макродеңгейдегі инновациялық қызметті бағалау көрсеткіштері болып табылады. Елдің макродеңгейіндегі көрсеткіштері негізінен шағын, орта және ірі кәсіпорындардың көрсеткіштерінің жиынтығынан құралады және олар тұтастай елдегі кәсіпорындардың жалпы инновациялық қызметінің нәтижелеріне баға беруде қолданылады. Осы кестеде келтірілген көрсеткіштердің ішінде кәсіпорынның инновациялық белсенділігіне баға беруде оның ҒЗТКЖ-ға жұмсалатын шығыстары, кадрларының біліктілік деңгейі, инновацияның әрбір түрі бойынша инновациялық белсенділігі, кәсіпорынның басқа серіктестерімен инновацияларды бірлесіп іске асыруы, инновациялық қызметте жұмыспен қамтылғандар үлесі, инновациялық өнім экспортының жалпы өнімдегі үлесі қарастырылған. Бұл аталған көрсеткіштер кәсіпорынның инновациялық белсенділігіне баға беруге өзінің оң ықпалын тигізетін болады.

Өндірістік кәсіпорындардың инновациялық белсенділігін бағалаудың заманауи тәсілдері ресейлік ғалымдар тарапынан да кеңінен зерттелініп келеді. Атап айтсақ А.А. Трифилова, А.И. Балашов, Е.М. Рогова, Е.А. Ткаченко, В.Н. Гунин, В.П. Баранчев, В.А. Устинов, С.Ю. Ляпина және т.б. көптеген авторлар кәсіпорындардың инновациялық белсенділігін бағалаудың түрлі тәсілдерін қарастырған.

А.А. Трифилова кәсіпорынның инновациялық белсенділігін бағалауды алынған коэффициенттердің мәндерін белгіленген базистік шамалармен есептеу және салыстыру түрінде жүргізген жөн деп есептейді. Мұнда кәсіпорынның ағымдағы жай-күйіне және оның инновациялық саладағы қол жеткізілген нәтижелеріне, сондай-ақ оларды көптеген көрсеткіштермен

салыстыруға байланысты көшбасшы стратегиясын (жаңа өнімдер мен қызметтерді енгізу) таңдау немесе ізбасар стратегиясын (жақсартушы технологияларды игеру) таңдау арқылы іске асырылады. Талдауды жүзеге асыру үшін базалық, салыстырмалы шамалар өткен кезеңдегі көрсеткіштер, орташа салалық мәндер немесе бәсекелестердегі тиісті көрсеткіштер болуы мүмкін. Бұл ретте коэффициенттердің шекті мәндерін анықтау үшін критерийлер ретінде жетекші өнеркәсіп кәсіпорындарының инновациялық қызметін Статистикалық зерттеу деректерін, сондай-ақ шетелдік компаниялардың тәжірибесін пайдалануға болады деп есептейді. Автор кәсіпорынның инновациялық саладағы инфрақұрылымдық ресурстармен қамтамасыз етілу дәрежесін айқындайтын инновациялық белсенділіктің есептік экономикалық көрсеткіштерінің жиынтығын қамтитын бірқатар коэффициенттерді ұсынады:

- зияткерлік меншікпен қамтамасыз ету коэффициенті;
- ҒЗЖ және ТКЖ жұмыс істейтін персоналдың коэффициенті;
- ҒЗЖ және ТКЖ арналған мүлік коэффициенті;
- кәсіпорынның жаңа жабдықтарды және жаңа өндірістік-технологиялық желілерді игеруге қабілетін көрсететін жаңа техниканы игеру коэффициенті;
- жаңа өнімді енгізу коэффициенті;
- инновациялық өсу коэффициенті [46].

Инновациялық қызметтің деңгейі сол елдегі кәсіпорындардың инновациялық белсенділігіне тікелей байланысты болып келеді. Микродеңгейде инновациялық белсенділік дәрежесін бағалаудың келесі тәсілінде, эксперттер кәсіпорындарда 5-баллдық шкала бойынша инновациялық белсенділік деңгейін параметрлер бойынша төмендегі формула арқылы анықтайды:

$$K_{ИБ} = \frac{1}{7} \sum A_i, i=1,2,\dots,7 \quad (3)$$

мұнда,

$K_{ИБ}$ - инновациялық белсенділік коэффициенті;

A_i – инновациялық белсенділік параметрлері.

Бұл параметрлер келесілерді қамтиды:

A_1 – инновациялық стратегияның сапасы мен мақсаттары: стратегияның арналым-миссиясымен бағдарлану - миссиясына, сыртқы ортаға, әлеуетке, мақсаттарына, фирманың басқа стратегияларына сәйкес келуі;

A_2 – инновациялық әлеуетінің жұмылдырылу деңгейі: басшылықтың талап етілетін әлеуетті тарту қабілетін көрсетуі, сонымен қатар инновациялық әлеуетті жұмылдыруда ең жоғары құзыреттілікті көрсету қабілеті;

A_3 – тартылған капитал салымының деңгейі – инвестициялар: басшылықтың инвестицияларды қажетті көлемде және тиімді көздерден тарта алу қабілеттілігін көрсетуі;

А₄ – инновациялық өзгерістерді іске асыру барысында пайдаланылатын әдістер, мәдениет, бағдарлар: инновациялық қызметте қолданылатын нақты бәсекелестік артықшылық алуға бағытталған тұжырымдамалар мен әдістер;

А₅ – бәсекелік стратегиялық жағдайдың сипатына кәсіпорын реакциясының сәйкестігі: инновациялық жағдай нысанның ахуалын (ұсынылған жаңалықтар) және ортаның ахуалын анықтайды;

А₆ – инновациялық стратегияны әзірлеу және іске асыру жылдамдығы: жаңалықтарды жасау және жылжыту бойынша іс-қимылдардың қарқындылығы, стратегиялық инновациялық өзгерістерді іске асыру;

А₇ – жүзеге асырылып жатқан инновациялық белсенділік деңгейінің негізділігі: стратегиялық және тактикалық белсенділік деңгейінің сыртқы орта жағдайына және кәсіпорынның өзінің жағдайына сәйкестігі [47].

Сонымен қатар А.И. Балашов, Е.М. Рогова, Е.А. Ткаченко кәсіпорынның инновациялық белсенділігінің деңгейін сипаттайтын негізгі көрсеткіштер ретінде кәсіпорынның жалпы шығындарының ішінде ҒЗТКЖ шығындардың үлесін, жөнелтілген өнімнің көлемінде инновациялық өнімнің үлесін, кәсіпорын персоналдарының құрамында ғылыми-техникалық персоналдардың үлесін, сатып алынған және сатылған технологиялардың қатынасын, зияткерлік меншікті коммерцияландыру коэффициентін және ҒЗТКЖ жұмсалған шығындардың тиімділігін қарастырады [21, б.138].

А.И. Балашов және т.б. авторлар ұсынған кәсіпорынның инновациялық белсенділігінің деңгейін сипаттайтын көрсеткіштер А.А. Трифилова ұсынған көрсеткіштермен ұқсас болып отыр. А.А. Трифилова ұсынған көрсеткіштер қатарында тек «Инновациялық өсу коэффициенті» ерекшеленеді.

В.Н. Гунин, В.П. Баранчев, В.А. Устинов, С.Ю. Ляпина ұйымның инновациялық белсенділігін, оның инновациялық бәсекеге қабілеттілігін сипаттайтын көрсеткіштерді келесідей топтарға бөліп қарастырады: шығын көрсеткіштері; инновациялық үдерістің динамикасын сипаттайтын көрсеткіштер; жаңартылу көрсеткіштері және құрылымдық көрсеткіштер (4-кесте).

Кесте 4 – Кәсіпорынның инновациялық белсенділігін сипаттайтын көрсеткіштер

№	Көрсеткіш	Өлшем бірлігі
1	2	3
1	Шығын көрсеткіштері	<ul style="list-style-type: none"> - кәсіпорын өнімінің ғылыми сыйымдылық көрсеткішін сипаттайтын сату көлемінде ҒЗТКЖ-ға жұмсалатын үлестік шығындар; - лицензияларды, патенттерді, ноу-хауды сатып алуға арналған үлестік шығындар; - инновациялық фирмаларды сатып алуға арналған шығындар; - бастамашылық әзірлемелерді дамытуға арналған қорлардың болуы.
2	Жаңартылу	<ul style="list-style-type: none"> - әзірлемелер немесе жаңа енгізілімдер-өнімдер мен

4-кестенің жалғасы

1	2	3
	көрсеткіштері	жаңа енгізілімдер-процестер саны; - өнім портфелін жаңарту серпінінің көрсеткіштері (2,3,5 және 10 жыл шығарылатын өнімнің үлес салмағы);
		- сатып алынған (берілген) жаңа технологиялар (техникалық жетістіктер) саны; - экспортталатын инновациялық өнімдердің көлемі; - ұсынылатын жаңа қызметтер көлемі.
3	Инновациялық үдерістің динамикасын сипаттайтын көрсеткіштер	- ТАТ инновациялық көрсеткіші; - жаңа өнімді (жаңа технологияны) әзірлеу процесінің ұзақтығы; - жаңа өнім өндірісін дайындау ұзақтығы; жаңа өнімнің өндірістік циклінің ұзақтығы.
4	Құрылымдық көрсеткіштер	- зерттеу, әзірлейтін және басқа да ғылыми-техникалық құрылымдық бөлімшелердің (эксперименттік және сынақ кешендерін қоса алғанда) құрамы мен саны; - жаңа технологияны пайдаланумен және жаңа өнім жасаумен айналысатын бірлескен кәсіпорындардың құрамы мен саны; - ҒЗТКЖ айналысатын қызметкерлердің саны мен құрылымы; - шығармашылық бастамашылық уақытша топтардың құрамы мен саны.
Ескертпе – [47, б.44] дереккөз негізінде автормен құрастырылды		

4-кесте бойынша В.Н. Гунин және т.б. авторлар ұсынған кәсіпорынның инновациялық белсенділігін сипаттайтын көрсеткіштерге инновациялық өнімді өндіруге шығындар, оның ішінде ҒЗТКЖ-ға жұмсалатын шығындардың жалпы шығындардағы үлесі; жаңа өнімді өндіру ұзақтығы; жаңартылу көрсеткіштері, оның ішінде өнім портфелін жаңарту серпінінің көрсеткіштері, экспортқа шығарылатын инновациялық өнімнің көлемі; ал құрылымдық көрсеткіштерге әзірлейтін және басқа да ғылыми-техникалық құрылымдық бөлімшелердің құрамы, зерттеу, ҒЗТКЖ айналысатын қызметкерлердің саны мен құрылымы көрсеткіштері қарастырылған.

Тәжірибеде кәсіпорынның инновациялық белсенділігін анықтауда сату көлеміндегі ҒЗТКЖ-ға жұмсалатын үлестік шығындар мен ғылыми-техникалық бөлімшелердің санын көрсететін көрсеткіштер жиі пайдаланылады.

Сонымен қатар ТАТ инновациялық көрсеткіші де жиі қолданылады. «ТАТ» термині жапондықтар тарапынан айналымға енгізілген және американдық «turn-around time» («бұрылуға үлгер») сөз тіркестерінен шығады. Бұл жаңа өнімге деген қажеттілік немесе сұраныс сезілген сәттен бастап оны нарыққа немесе тұтынушыға көп мөлшерде жөнелтілген сәтке дейінгі уақытты білдіреді. Ал құрылымдық көрсеткіштер тәжірибеде сирек қолданылады. Мұндай көрсеткіштер әдетте арнайы талдамалық шолуларда пайдаланылады [47, б.45].

Strategy& зерттеу компаниясының эмпирикалық зерттеулері ҒЗТКЖ – ға жұмсалған шығындар бойынша барлық көшбасшы компаниялар өздерінің инновациялық әлеуетін тиімді пайдаланбайтынын көрсетті. 2017 жылы әлемнің 1000 ірі компанияларының ҒЗТКЖ-ға шығындарының жиынтық көлемі 2016 жылмен салыстырғанда 3,2% - ға өсіп, 702 млрд. долларға жеткен. Шығындар бойынша сөзсіз көшбасшы 25 компания болып табылды, олардың ҒЗТКЖ шығындары 222,3 млрд. долларды құраған (бұл әлемнің 1000 ірі компанияларының ҒЗТКЖ-ға шығындарының жиынтық көлемінің 31,6%-на тең). Бұл компаниялардың шығындары бойынша және осы шығындардың сату көлеміне қатынасы бойынша деректер 5-кестеде берілген [48].

Кесте 5 – Халықаралық деңгейдегі танымал инновациялық белсенді компаниялардағы ҒЗТКЖ-ға шығыстар көлемі (2017 ж.)

Рейт инг- тегі орын	Компанияның атауы	Экономика саласы	ҒЗТКЖ- ға шығын- дар (млрд. долл.)	Жалпы түсім (млрд. долл.)	Жалпы түсімдегі ҒЗТКЖ-ға шығындар үлесі (%)
1	2	3	4	5	6
1	Eli Lillyand Company	Фармацевтика/ Биотехнология	5.2	21.2	24.7%
2	Sanofi	Фармацевтика/ Биотехнология	5.5	36.6	14.9%
3	Siemens	Өндіріс құралдары және өнеркәсіптік тауарлар	5.5	89.5	6.2%
4	IBM	Бағдарламалық қамтамасыз ету және қызметтер	5.8	79.9	7.2%
5	Astra Zeneca PLC	Фармацевтика/ Биотехнология	5.9	23.0	25.6%
6	Facebook, Inc	Бағдарламалық қамтамасыз ету және қызметтер	5.9	27.6	21.4%
7	Honda Motor Co., Ltd	Автомобиль жасау	6.2	125.6	4.9%
8	Cisco Systems, Inc.	Аппараттық технологиялар мен жабдықтар	6.3	49.2	12.8%
9	Oracle Corporation	Бағдарламалық қамтамасыз ету және қызметтер	6.8	37.7	18.1%
10	Daimler AG	Автомобиль жасау	6.9	161.8	4.2%
11	Ford Motor Company	Автомобиль жасау	7.3	151.8	4.8%
12	Pfizer Inc.	Фармацевтика/ Биотехнология	7.9	52.8	14.9%
13	General Motors Company	Автомобиль жасау	8.1	166.4	4.9%
14	Johnson& Johnson	Фармацевтика/ Биотехнология	9.1	71.9	12.7%
15	Toyota Motor	Автомобиль жасау	9.3	247.5	3.8%

5-кестенің жалғасы

1	2	3	4	5	6
	Corporation				
16	Novartis AG	Фармацевтика/ Биотехнология	9.6	49.4	19.4%
17	Apple Inc.	Аппараттық технологиялар	10.0	215.7	4.7%
18	Merck&Co., Inc.	Фармацевтика/ Биотехнология	10.1	39.8	25.4%
19	Roche Holding AG	Фармацевтика/ Биотехнология	11.4	51.8	21.9%
20	Microsoft Corporation	Бағдарламалық қамтамасыз ету және қызметтер	12.0	85.3	14.1%
21	Volkswagen	Автомобиль жасау	12.1	229.4	5.3%
22	Samsung	Аппараттық технологиялар мен жабдықтар	12.7	167.7	7.6%
23	Intel Corporation	Жартылай өткізгіш өнеркәсібі	12.7	59.4	21.5%
24	Alphabet Inc.	Бағдарламалық қамтамасыз ету және қызметтер	13.9	90.3	15.5%
25	Amazon.com, Inc.	Бөлшек сауда	16.1	136.0	11.8%
Ескертпе – [48] дереккөз негізінде автормен құрастырылды					

5-кестенің деректерін талдау кәсіпорынның жалпы түсіміндегі ҒЗТКЖ-ға шығындар үлесі әртүрлі екендігін көрсетіп отыр. Оның басты себебі, бұл алдымен саланың ерекшелігіне және сол саладағы инновациялық белсенділікті басқару деңгейіне тікелей байланысты деп есептейміз. Автомобиль компанияларында бұл көрсеткіштің үлесі, басқалармен салыстырғанда төмен, яғни жалпы түсімдегі ҒЗТКЖ-ға шығындар үлесі орташа 4,6%-ды құраған. Олардың ішінде Toyota Motor Corporation-да зерттеулерге және әзірлемелерге жұмсалған шығындардың үлесі 3,8%-ды құрап, бәсекелестерге қарағанда ең төменгі деңгейде. Ал фармацевтика компанияларында жалпы түсімдегі ҒЗТКЖ-ға шығындар үлесі орташа 20%-ды құрап, жоғары салмаққа ие екендігін көрсетіп отыр.

Фармацевтика өнеркәсібінде әр 5000 қоспаның тек біреуі ғана дәріхана сөресіне түседі, әрі олардың үштен бірі ғана зерттеу және әзірлеу жұмысына жұмсалған шығынды өтейтін табыс әкеледі. Зерттеудің басым көпшілігі Азық-түлік және дәрі-дәрмекті бақылау басқармасы (FDA) мақұлдаған жаңа фармацевтикалық өнімді нарыққа ұсыну үшін, кем дегенде 1,5 млрд. доллар мен ондаған жылдық зерттеу қажет екенін көрсетеді [49].

Жалпы Еуропалық Одаққа мүше елдерде, Осло нұсқаулығында инновация бойынша компанияның халықаралық рейтингін анықтауда және көптеген ғылыми еңбектерде кәсіпорынның инновациялық белсенділігінің негізгі көрсеткіші ретінде ҒЗТКЖ шығындар қарастырылған. ҒЗТКЖ бюджеті инновациялық белсенділікті өлшеуге және инновациялық корпорацияларды тануға арналған негізгі көрсеткіштердің бірі ретінде көрсетілген. ҒЗТКЖ-ға шығындар жаңа білімдермен және әртүрлі ұйымдар, зерттеу институттары мен университеттер арасында желілерді құрумен сипатталады [50].

ҒЗТҚЖ-ға жұмсалатын шығындар көлемі егер компания бұл қаражатты тиімді пайдаланбаса компанияның инновациялылығының негізгі көрсеткіші болып табылмайды. Бұл кәсіпорынның инновациялық дамуының базалық шарты ретінде инновациялық менеджменттің тиімділігіне назар аудару қажеттігін көрсетеді. Компаниялар менеджментінің инновациялық белсенділік деңгейін жоғарылатуға ұмтылысы әлемдегі ірі компаниялардың да, шағын және орта кәсіпорындардың да зерттеулер мен әзірлемелерге арналған шығындардың тұрақты өсуімен расталады.

Зерттеулер барысында белгілі болғандай кәсіпорынның инновациялық белсенділігін бағалаудың келесі көрсеткіші ретінде кадрлардың біліктілігі және олардың ішінде ҒЗТҚЖ айналысатын персоналдардың үлесі қарастырылған. Өйткені инновацияны жасайтын бұл кадрлар болып есептеледі. Біз жоғарыда қарастырған барлық еңбектерде бұл негізгі көрсеткіштің бірі ретінде алынған.

Сонымен қатар халықаралық деңгейде кәсіпорындардың инновациялық белсенділігінің көрсеткіші ретінде оның алған (немесе қолданыстағы) патенттері де қарастырылады. Патенттер өлшеу құралы ретінде жоғары әлеуетті көрсетеді. Алайда патенттік деректерді инновация көрсеткіші ретінде пайдалану кейбір шектеулерге ие. Алдымен патенттер инновацияларды емес, өнертабыстарды қорғайды, екіншіден, барлық инновациялар патенттелмеген [42, б.11].

Стратегиялық тұрғыдан патенттер компанияның бәсекелестерімен салыстырғанда белгілі артықшылықтарға ие екендігін көрсетеді. Сондай-ақ патенттер зерттеулер және әзірлемелермен айналысатын персонал үшін тиімділік көрсеткіші мен ынталандыру рөлін атқарады.

Қазақстанда нарықтық өзгерістерді ескере отырып, инновациялар статистикасы жүргізіле басталды. 2013 жылдан бастап инновация статистикасы бойынша зерттеу халықаралық ұсынымдарға сәйкес өнімдік, процестік, маркетингтік және ұйымдастыру инновациялары бойынша жүргізіліп келеді [51]. Еліміздегі инновациялық компаниялардың рейтингі алғаш рет 2017 жылы жүргізілді. Технологиялық даму жөніндегі ұлттық агенттік және «MOST» Бизнес-инкубаторы бірлесіп «Қазақстанның инновациялық компанияларының рейтингісін» құрастырды. Рейтинг компаниялар арасындағы инновациялық белсенділікті ынталандыруға, цифрландыруға көшуге қызығушылықты арттыруға, әр түрлі салада жұмыс істейтін, ең жоғары инновациялық белсенділігі бар қазақстандық компанияларды анықтау мақсатында ұйымдастырылды. Инновациялық белсенділік келесідей критерийлерге негізделіп анықталды:

- жобалардың инновациялық және технологиялық деңгейі;
- кәсіпорынның жалпы шығындарындағы жаңа технологияларға жұмсалған қаржы шығындарының көлемі;
- жаңа өнім өндіруден немесе жаңа технологияны енгізуден экономикалық тиімділік;
- компания қызметкерлерінің жалпы санынан инновациялық қызметпен айналысатын қызметкерлер саны;

- кәсіпорында жылына инновациялық қызметке жұмсалған адам-сағат саны [52].

Кәсіпорынның инновациялық белсенділігін анықтауға, бағалауға арналған көптеген көрсеткіштерді жан-жақты қарастырып өттік. Тоқыма өнеркәсібі саласында инновацияның түрлері бойынша инновациялық белсенділік көрсеткіштеріне ие болу үшін нақты көрсеткіштерді қарастыру мүмкіндіктерінің бар екендігі айқындалды.

Жоғарыда қарастырып өткеніміздей тоқыма өнеркәсібі саласы бірнеше сатылардан тұратын күрделі үдерістерді қамтиды, оның әрбір сатысының өзіне тән ерекшеліктері бар. Сондықтан да тоқыма өнеркәсібі Осло нұсқаулығында көрсетілген инновациялардың барлық дерлік түрлерін енгізуге арналған сала екенін атап өткен жөн [53].

Отандық тоқыма кәсіпорындары инновациялық тұрғыдан белсенді болуы үшін олардың қажетті деңгейде инновациялық инфрақұрылымның болуы тиіс. Сонымен қатар, отандық тоқыма кәсіпорындарының бүгінгі таңдағы инновациялық белсенділік көрсеткіштерін өнімдік, процесстік, маркетингтік және ұйымдастыру инновацияларының түрлері бойынша әрбірін жеке қарастыру қажет деп есептейміз. Бұл тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін жоғарылатуға оң ықпал ететін болады.

Өнімдік инновациясы – пайдалану тәсілі немесе қасиеті жағынан жаңа немесе айтарлықтай жетілдірілген тауарларды немесе қызметтерді енгізу [11, б.57]. Тоқыма кәсіпорындарындағы өнімдік инновацияны жүзеге асыру немесе кәсіпорын ішінде тоқыма саласында белгілі жаңалықты енгізу үшін міндетті түрде ҒЗТКЖ ерекше мән беру қажет. Өйткені біздің отандық тоқыма шикізаттары табиғи, әрі сапалы болып табылады. Олардан бәсекеге қабілетті тоқыма бұйымдарын өндірудің мүмкіншіліктері өте көп.

Тоқыма саласы ғылыми зерттеулерді қажет ететін сектор болып есептеледі. Онда жаңа білімнің көпшілігі ғылыми-зерттеу зертханаларында немесе олардың жанында құрылады. Осы жұмыстарды білікті, тәжірибесі мол мамандар жүзеге асырады. Бұл кәсіпорынның барлық қызметкерлерінің құрамында ҒЗТКЖ айналысатын мамандардың болуын қажет етеді. ҒЗТКЖ жүзеге асырылғаннан кейін оның нәтижесі ретінде инновациялық өнім өндіріліп, оның сатылу көлемі қарастырылады. Егер кәсіпорын осы жұмыстарды тапсырыс беру арқылы жүзеге асыратын болса, онда басқа ұйымдардың әзірлемелерінен пайдалану шығындар да болуы мүмкін.

Кәсіпорын өзінің жаңалығын, өнертабасын пайдалануына ерекше құқықты патент арқылы қорғауына болады. Патент кәсіпорынның бәсекелестерімен салыстырғанда белгілі артықшылықтарға ие екендігін көрсетеді. Демек тоқыма кәсіпорындары үшін өнімдік инновацияны жүзеге асыруда инновациялық белсенділіктің келесі көрсеткіштерінің болуын қажет етеді деп есептейміз:

- кәсіпорын қызметінде ҒЗТКЖ шығындардың үлесі;
- кәсіпорын персоналдарының құрамында ҒЗТКЖ айналысатын персоналдардың үлесі;
- патенттер саны;

- басқа ұйымдардың әзірлемелерінен пайдалану шығындары;
- жөнелтілген өнімнің көлемінде инновациялық өнімнің үлесі.

Процестік инновация өзіне тән негізгі үш санатқа ие: өндірістің жаңа немесе едәуір жақсартылған әдістерін әзірлеген фирмалар; жаңа немесе едәуір жақсартылған логистика, жеткізу; үдерістер үшін жаңа немесе едәуір жетілдірілген қосалқы қызмет түрлері [54].

Тоқыма кәсіпорындарындағы процестік инновацияны іске асыруда жаңа автоматтандырылған жабдықтарды орнату, цифрландыруды енгізу арқылы шығарылатын өнімнің өзіндік құнын арзандытуға ерекше мән берілуі қажет. Әсіресе тоқыма саласындағы отандық кәсіпорындарда әлі күнге дейін өнім өндіруде қолмен атқарылатын жұмыстар көп. Осы жұмыстар автоматтандыруды қажет етеді. Бұл кәсіпорынның жалпы шығындарындағы жаңа технологияларға жұмсалған қаржы шығындарын, кәсіпорын активтерінің құрамында жаңадан енгізілген өндіріс жабдықтарының қажеттілігін көрсетеді. Логистика, жеткізіп берудің оңтайлы әдісін табу арқылы оған жұмсалатын шығынды азайтуға болады. Жалпы процестік инновация шикізаттан дайын өнім шығаруға дейінгі үдерісті жетілдіруді қамтиды. Бұл отандық тоқыма кәсіпорындарында инновациялық белсенділіктің келесі көрсеткіштерінің болуын қажет етеді:

- өндіріс үдерісін жетілдіруге бағытталған (автоматтандыруға, жаңа технологияларға, жаңа бағдарламалық қамтамасыз ету) шығындар;
- жеткізіп берудің жаңа әдістерін енгізу мақсатындағы логистика шығындары;
- жалпы өндіріс жабдықтарының құрамындағы жаңа жабдықтардың үлесі;
- өндіріс үдерісімен байланысты қосалқы қызметтерге шығындар.

Тоқыма кәсіпорындарында маркетингтік инновацияны жүзеге асыру үшін кәсіпорын бұрын пайдаланбаған жаңа маркетингтің әдісін енгізуі қажет. Бұл өндірілетін тоқыма бұйымдарының ерекшеліктері мен артықшылықтарын білетін, сонымен қатар маркетинг саласында тәжірибесі бар мамандарды қажет етеді. Инновацияны жүзеге асыратын жаңа әдіс кәсіпорынның өзінің мамандары тарапынан немесе басқа фирмалардың қатысуымен әзірленуі мүмкін. Тауарды нарыққа шығарудағы жаңа маркетингтік әдістер біздің отандық тоқыма кәсіпорындарына өте қажет. Өйткені зерттеу барысында халықтың басым бөлігі отандық тоқыма өнімдері туралы мүлдем ақпаратқа ие емес екендігі белгілі болды. Сондықтанда алдағы уақытта тоқыма кәсіпорындарында маркетингтік инновациялық белсенділігі арттыру үшін келесі көрсеткіштерінің болуын қажет етеді:

- кәсіпорынның жалпы шығындарының ішіндегі маркетингтік зерттеу шығындардың үлесі;
- кәсіпорын персоналдарының құрамында ҒЗТКЖ айналысатын персоналдардың үлесі;
- инновацияны жүзеге асыруда өзге фирмалардың қызметінен пайдалану.

Ұйымдастыру инновациясы - компанияның іскерлік тәжірибесінде, жұмыс орындарын ұйымдастыруда немесе сыртқы қатынастарда жаңа ұйымдастырушылық әдісті енгізу [11, б.62].

Тоқыма кәсіпорындарында ұйымдастыру инновациясының ерекшелігі жұмыс орындары мен сыртқы байланыстарды ұйымдастыруда, іскерлік тәжірибеде бұрын пайдаланылмаған басшылықтың стратегиялық шешімдерін жүзеге асыру нәтижесі болып табылуы қажет. Іскерлік тәжірибеде кәсіпорында мамандардың біліктілігін саладағы соңғы жетістіктерді ескере отырып жоғарылату, шетелдік білікті мамандарды тарту, қызметкерлердің ақпараттық – коммуникациялық технология дағдыларын дамыту немесе жетілдіру бойынша оқыту жұмыстарын жатқызуға болады. Қазіргі уақытта отандық тоқыма кәсіпорындарының айтарлықтай жаңа өнімдерін көре алмай отырмыз. Сондықтан осы салада инновацияларымен көзге түскен шет елдерден өз саласының кәсіпқой мамандарын тарту арқылы олардың тәжірибелерін жергілікті мамандарға оқыту арқылы үйрету қажет. Жұмыс орындарын ұйымдастырудың жаңа әдістеріне қызметкерлер арасында өзбетінше тиімді шешім қабылдауға еркіндік беру, жұмысты жетілдіруге бағытталған үздік идеяларды ынталандыру т.б. жатқызуға болады. Егер ұйым адам ресурстарын басқара білсе және олардың құзыреттілігін сақтай алса, инновациялар ұзақ мерзімді перспективада сәтті болады [55]. Сыртқы байланыстардағы жаңа әдістерге басқа кәсіпорындармен немесе мемлекеттік мекемелермен, зерттеу ұйымдары немесе тапсырыс берушілер, жеткізіп берушілермен тиімді қарым-қатынас орнату, сыртқы зерттеушілердің нәтижелерінен және әзірлемелерінен (аутсорсинг) пайдалану жатады. Бұл инновациялық белсенділіктің келесі көрсеткіштерінің болуын қажет етеді:

- қызметкерлердің біліктілігін жоғарылатуға жұмсалған шығындар;
- қызметкерлер арасында шетелдік білікті мамандардың болуы;
- басқа ұйымдардың әзірлемелерінен пайдалану шығындар.

Жоғарыда қарастырылған Еуропалық Одаққа мүше елдердің инновациялық қызметін салыстырмалы бағалауды қамтамасыз ететін «Еуропалық Инновациялық Тақта» көрсеткіштерін, ЭЫДҰ-ның Инновациялық деректерді жинау және талдау бойынша Осло нұсқаулығында қарастырылған инновациялық белсенділікті өлшеу мәселелері, шетелдік ғалымдардың ұсынған кәсіпорынның инновациялық белсенділік көрсеткіштерін, тоқыма бұйымдарын өндіруші кәсіпорындардың ерекшеліктерін [56] және кәсіпорынның инновациялық белсенділігіне берген авторлық анықтаманы ескере отырып Ұлттық экономикада тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділік көрсеткіштерін инновацияның әрбір түрі бойынша 6-кестеде ұсынамыз.

Кесте 6 – Ұлттық экономикада тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділік көрсеткіштері

Инновация түрі	Көрсеткіш атауы
1	2
Өнімдік инновация	- кәсіпорынның ҒЗТКЖ жұмсалатын шығындарының үлесі;

6-кестенің жалғасы

1	2
	<ul style="list-style-type: none"> - өндірілген өнімнің көлемінде инновациялық өнімнің үлесі; - кәсіпорын персоналдарының құрамында ҒЗТКЖ айналысатын персоналдардың үлесі; - басқа ұйымдардың әзірлемелерінен пайдалану шығындар; - патенттердің саны.
Процестік инновация	<ul style="list-style-type: none"> - өндіріс үдерісін жетілдіруге бағытталған (автоматтандыруға, жаңа технологияларға, жаңа бағдарламалық қамтамасыз ету) шығындар; - жеткізіп берудің жаңа әдістерін енгізу мақсатындағы шығындары; - жалпы өндіріс жабдықтарының құрамындағы жаңа жабдықтардың үлесі; - өндіріс процесімен байланысты қосалқы қызметтерге шығындар.
Маркетингтік инновация	<ul style="list-style-type: none"> - кәсіпорынның жалпы шығындарының ішіндегі маркетингтік зерттеу шығындардың үлесі; - кәсіпорын персоналдарының құрамында ҒЗТКЖ айналысатын персоналдардың үлесі; - инновацияны жүзеге асыруда өзге фирмалардың қызметінен пайдалану.
Ұйымдастыру инновациясы	<ul style="list-style-type: none"> - қызметкерлердің біліктілігін жоғарылатуға жұмсалған шығындар; - қызметкерлер арасында шетелдік білікті мамандардың болуы; - басқа ұйымдардың әзірлемелерінен пайдалану шығындар.
Ескертпе – Автормен құрастырылды	

6-кестеде ұсынылған тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділік көрсеткіштері, бұл отандық тоқыма кәсіпорындарында инновациялық белсенділікті басқаруда инновацияның әрбір түрін дамыту бойынша жұмыс жасап, нақты нәтижелерге қол жеткізуге мүмкіндік береді. Бұл ұсынылған тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділік көрсеткіштері сапалық көрсеткіштер болып табылады. Ал бұл сапалық көрсеткіштермен қатар сандық көрсеткіштердің болуы маңызды болып табылады. Бұл көрсеткіштер үлесінің кәсіпорындар қызметінде орын алуы және олардың үлесінің жыл сайын жоғарылауы алдағы уақытта тоқыма кәсіпорындарының инновациялық тұрғыдан белсенді болуына ықпал етеді деп есептейміз. Мұнда кәсіпорынның инновациялық белсенділігіне берілген авторлық анықтамаға сәйкес тоқыма кәсіпорындары тек ішкі мүмкіндіктермен ғана шектеліп қалмай, қажет болған жағдайда мемлекет тарапынан қабылданған бағдарламалар, халықаралық гранттар бойынша түрлі қаржылық және қаржылық емес қолдаулар негізінде, сондай-ақ басқа да сыртқы қолдау көздерінен де пайдалану арқылы инновациялық белсенділікті арттыруға оң ықпал ететін болады.

Ұсынылған көрсеткіштер бойынша бір кәсіпорында өнімдік инновация болса, екіншісінде процестік инновация, үшіншісінде маркетингтік инновация, төртіншісінде ұйымдастыру инновациясы, кейбір кәсіпорында инновация түрінің бірнешеуі бір уақытта болуы мүмкін, тіпті жоғарыда аталған инновацияның төрт түріде бір кәсіпорында болуы мүмкін. Ол үшін алдымен тоқыма кәсіпорындарының басшылары, менеджерлері осы ұсынылған

көрсеткіштерді өз кәсіпорыны бойынша зерттеу жүргізіп, оның нәтижесі бойынша нақты басқару шешімдерін қабылдай алатын болады.

Бұл ұсынылған отандық тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділік көрсеткіштері еліміздегі тоқыма кәсіпорындарының ағымдағы жағдайын ескере отырып ұсынылып отыр. Өйткені қазіргі жағдайда тоқыма кәсіпорындарының жаппай инновацияны енгізуге мүмкіндіктері қаржылық жағдайларына байланысты шектеулі болып отыр. Сондықтан да тоқыма кәсіпорындары біз ұсынып отырған көрсеткіштерді кезең-кезеңмен іске асыру арқылы инновациялық тұрғыдан белсенділігін арттыратын болады.

Ұсынылған көрсеткіштер арасында әсіресе өндіріс үдерісін автоматтандыру, цифрландыру, шетелдерден білікті мамандарды тарту арқылы олардың тәжірибесін жергілікті мамандарға үйрету бойынша жұмыстарды қарқындату қажет.

Отандық тоқыма кәсіпорындарының осы ұсынылған көрсеткіштерге ие болуы олардың инновациялық белсенділігін арттыра отырып, келесідей мүмкіндіктер береді:

- жалпы өндіріс көлеміндегі инновациялық өнімнің үлесін арттыруға;
- жаңа өнім өндіруде басқа ұйымдардың қызметінен пайдалануға;
- өзінің жаңалығын, өнертабысын бәсекелестерден патент негізінде қорғау арқылы ұзақ мерзімді пайда алуға;
- өз өндірісін үнемі заманауи жабдықтармен қамтамасыз етіп отыруға;
- жеткізіп берудің жаңа әдістерін қолдану арқылы бәсекелестік артықшылыққа қол жеткізуге;
- өндірілген өнімдердің ішкі және сыртқы нарықта кең танылмалдыққа ие болуына;
- кадрлар құрамында білікті мамандардың үлесін арттыруға және т.б.

Автор ұсынған Ұлттық экономикада тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділік көрсеткіштері кәсіпорын басшыларына, менеджерлеріне инновациялық белсенділікті басқаруда неге мән беру керектігін, инновациялық белсенділікті арттыру үшін қай көрсеткіштер бойынша нақты жұмыс жасау қажеттігін анықтауға, сонымен қатар алдағы уақытта кәсіпорынның инновациялық белсенділігін арттыру бойынша оңтайлы шешімдер қабылдауға мүмкіндік береді.

1.3 Тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқарудың тұжырымдамалық негіздері

Қазіргі уақытта экономиканы дамыту стратегиясының басты мақсаты білімге және инновацияға негізделген экономиканы құру болып табылады. Көптеген мемлекеттерде экономиканы дамытудың инновациялық стратегиясы мемлекеттің экономикалық саясатының басымдықтарының бірі ретінде ресми түрде жарияланды [57]. Соңғы жылдары мемлекеттер тарапынан, әсіресе дамыған елдерде ҒЗТКЖ қаржыландыруға бөлінетін қаражат көлемі жылдан-

жылға ұлғайып келеді. Бұл кәсіпорындарға жаңа өнім түрлерін өндіріп нарықта бәсекеге қабілеттілігін арттыруға оң ықпал етеді.

Бүгінгі таңда кәсіпорындардың басқару жүйесінде негізгі мәселелердің бірі бұрыннан қалыптасып қалған бюрократиялық басқару жүйесінің әрекет етуі. Персоналдар көптеген кәсіпорындарда бұрынғыдай өндіріс факторы болып саналады. Егер қызметкер жұмысты істей алмаса, оны жұмыстан босату керек, егер ол инновация туралы ойламаса, оның орнына басқа қызметкер табу керек. Мұндай тәсіл қызметкерлер тарапынан да, менеджмент тарапынан да қатаң қарсылық туғызады [58].

Инновациялық белсенділікті басқарудың тұжырымдамалық негіздерін қалыптастыру үшін кәсіпорынның инновациялық белсенділігін басқару саласындағы қолданыстағы теориялық тәсілдерді қарастырған жөн. Бүгінгі таңда инновацияларды зерттеуге, сонымен қатар инновациялық үдерістерді басқаруға ерекше мән берілуде. Тәжірибеде кәсіпорындарда инновациялық үдерістерді басқа басқару үдерістерінен бөлек, 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.

Сондықтан да кәсіпорындарда инновациялық белсенділікті басқаруда алдымен оған жағдай жасау қажет. Бұл кәсіпорында инновациялық климатты қалыптастырудан басталуы тиіс. Кәсіпорындарда инновацияның негізгі көзі көп жағдайда оның қызметкерлерінің креативті, шығармашылық әлеуетіне, әсіресе басшылық буынның іскерлік қабілетіне тікелей байланысты болып келеді. Кәсіпорынның мүмкіндіктерін, ішкі және сырттан тартуға болатын ресурстарының сипатын, оның құндылықтарын, сондай-ақ корпоративтік мәдениетін ескермей, инновациялық климатты жоғарыдан енгізу қателік болып есептеледі.

Теориялық зерттеулерде инновациялар мен кәсіпорынның басқару жүйесі арасындағы қарым-қатынастар тиісті назарға алынбаған. Тәжірибеде бұл мәселе көптеген ірі корпорацияларда туындап, авторлар «Toyota», «Motorola», «3M», «Merck», «Hewlett-Packard», «General Electric» сынды ірі корпорациялардың инновациялық ортаны құру және басқарудың сәтті тәжірибелерін зерттеп, олардың ғылыми еңбектерінде, монографияларында, мақалаларында көрініс тапқан [59].

Инновациялық белсенді кәсіпорындар үлесін арттырудың негізгі факторларының бірі оларды басқару үдерісін тиімді ұйымдастыру болып табылады. Қазіргі уақытта кейбір кәсіпорындардың инновацияларды іске асыруға мүмкіндіктері бола тұра нарықта белсенділік таныта алмайды. Бұл кәсіпорындағы инновациялық белсенділікті басқарудың әлсіздігін көрсетеді.

Кәсіпорындарда, әсіресе өнеркәсіп саласындағы кәсіпорындарда инновациялық белсенділікті басқаруда басты назарды тек технологиялық инновацияларға, яғни өнімдік және процестік инновацияға ғана көбірек назар

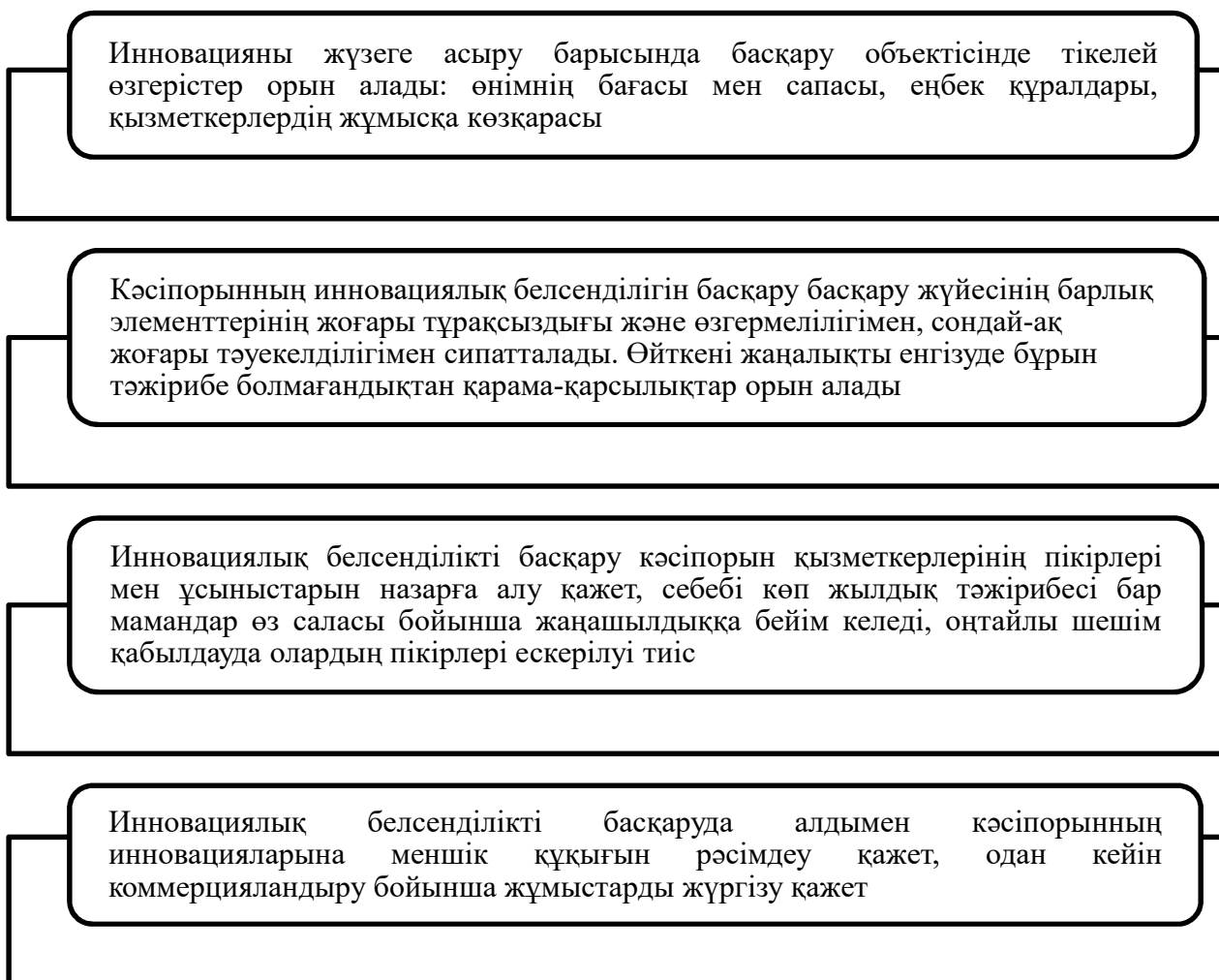
аударылып қалмай, сонымен қатар өндірілген өнімді тиімді сату үшін маркетингтік инновацияға және жұмыс орындарын ұйымдастыруда, сондай-ақ сыртқы қатынастарда тиімді басқаруда ұйымдастырушылық инновацияларға да, яғни технологиялық емес инновацияларға да көбірек көңіл бөлу қажет. Өйткені кәсіпорынның инновациялық белсенділігін басқаруда маркетингтік инновация сату көлемін ұлғайтуға әсер ететін болса, ұйымдастырушылық инновация ең алдымен кәсіпорынның ішкі ортасына әсер етіп, бұл кәсіпорында инновациялық климатты қалыптастыруға ықпал етеді.

Тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқаруда қызметкерлер жұмысының маңызды шарты - бұл олардың инновациялық ойлау қабілеті және жұмыстың инновациялық стилі, яғни үнемі шығармашылық идеяларды қалыптастыру және стандартты емес техникалық шешімдер қабылдау мүмкіндігінде болып табылады. Бұл кәсіпорын басшылығы тарапынан кадрлардың инновациялық қабілеттіліктерін арттыруға яғни, олардың кәсіби білім деңгейі мен біліктілігін жетілдіруге көбірек көңіл бөліп отыру қажеттігін көрсетеді. Бұл тоқыма кәсіпорындарының басшыларына ұйымдастырушылық инновацияға ерекше көңіл бөлу қажеттігін көрсетеді.

Бүгінгі таңда тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының инновациялық тұрғыдан белсенді болуы олардың нарықта бәсекелестік артықшылықтарын қамтамасыз ететін болады. Бұл алдымен осы кәсіпорындардағы инновациялық белсенділігін басқаруға көбірек көңіл бөлу қажеттігін көрсетеді, себебі инновациялық белсенділікті басқару дәстүрлі басқарудан өзіндік ерекшеліктері бар. Көптеген Еуропа елдерінің тәжірибелерінен белгілі болып отырғандай тоқыма өнеркәсібі саласында бәсекелік артықшылыққа ие болу үшін кәсіпорындар тек өндіріске ғана назар аударып қоймай, қосымша ҒЗТҚЖ жүргізуге де ерекше көңіл бөлу қажет. Сонымен қатар инновациялық өнім өндіру, инновацияларды енгізу бұл тәуекелі жоғары болғандықтан, алға қойған мақсатқа жету үнемі мүмкін болмайды. Бірақ басталған жоба нәтижелі болу үшін алдын ала жан-жақты зерттеу, талдау, салыстыру жұмыстарын жүргізу қажет. Тиісті барлық жұмыстар жүргізілгеннен кейін нәтижені қарастырып, оның экономикалық тұрғыдан тиімділігіне мән беру қажет. Жоба экономикалық тұрғыдан тиімді болмайтын болса, оны жүзеге асыру қажет болмайды. Өйткені экономикалық тұрғыдан тиімді болмайтын жоба кәсіпорынға бәсекелік артықшылықты қамтамасыз ете алмайды. Сондықтан тоқыма кәсіпорындарында инновациялық белсенділікті басқаруда бұл ескерілуі қажет.

Тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқаруда алға қойған мақсатқа жету үшін алдын ала жоғары дайындықты қажет етеді. Өйткені кәсіпорынға өзгерістерді, жаңалықтарды енгізуде кадрлардың көзқарасы әртүрлі болғандықтан түрлі қарама-қайшылықтардың орын алатыны белгілі. Сондықтанда енгізілетін өзгерістер мен жаңалықтар туралы ақпараттандыру жұмыстарын жүргізу, орын алатын өзгерістердің тиімділігін дәлелдеу жұмыстарын жүргізу қажет (5-сурет). Инновацияға

бейімделу, оларды іске асыру түрлі қайта құруларды талап етеді, кәсіпорын осы өзгерістерге дайын болуы қажет [60].



Сурет 5 - Инновациялық белсенділікті басқаруда кәсіпорын қызметіндегі өзгерістер

Ескертпе – Автормен құрастырылды

5-суретке сәйкес инновациялық белсенділікті басқаруда кәсіпорын қызметіндегі өзгерістер нәтижелі болуы үшін инновациялық үдерістерді басқарудың оңтайлы жүйесін қалыптастыру қажет. Алдын-ала кәсіпорын ішінде ақпараттандыру жұмыстарын жүргізу, түрлі кездесулер ұйымдастыру, жалпы инновациялық климатты қалыптастыру қажет.

Кәсіпорын деңгейіндегі талдау компаниялардағы ғылыми кадрлардың саны, олардың барлық қызметкерлерге қатысты үлесі, компанияның көлеміне және оның қызмет саласына қарамастан, жаңа өнімдер мен өндірістік үдерістердің пайда болуына тікелей әсер ететінін көрсетеді [61]. Ғылыми-зерттеу кадрлары базалық ғылыми зерттеулер ұсынатын білімді анықтауға, оларды өндірісте қолдануға және күрделі технологиялық мәселелерді шешуге, сондай-ақ кәсіпорынның жалпы зияткерлік әлеуетін арттыруға ықпал етеді.

Осылайша, ғылыми қызметкерлер инновацияға салынған инвестициядан қайтарыммен бірге фирманың көрінбейтін капиталының негізін құрайды.

Бүгінгі таңда кәсіпорындардың инновациялық қызметін қарастыра отырып, олардың қызметіндегі трансұлттық өнім инновациясын енгізу төмен деңгейде қалып отырғанын байқаймыз, артықшылыққа ие өнімдер сыртқы нарықта жаңа болып есептелмейді. Сондықтан да кәсіпорынның инновациялық қызметінің тиімділігін арттыру үшін әсіресе білім экономикасы жағдайында корпоративтік мәдениет пен басқарудың жаңа тәсілдеріне, заманауи стратегиялық көрініске, қажетті ресурстарды өз уақытында жұмылдыра алу қабілетіне, қажетті ақпараттарды өңдеу және пайдалануға, қажетті ерекше дағды мен іскерлікке ие болу маңызды болып есептеледі [62].

Көп жағдайда кәсіпорында басқарудағы жаңашылдық бизнесті қайта құрылымдаумен, яғни кәсіпорынның бизнес-моделінің өзгеруімен байланысты болып келеді. Сонымен қатар, тәжірибеден де белгілі, кез - келген кәсіпорында қайта құрылымдаудың негізгі мақсаты оның қызметін дамыту, активтердің табыстылығын жоғарылату және оларды пайдаланудың қуаттылығын арттыру, нарықтағы өз орнын сақтай отырып, алатын пайдасын барынша көбейту болып табылады. Кәсіпорын қызметінде мұндай өзгерістердің орын алуы, оның ұйымдық құрылымын өзгертумен және серіктестермен стратегиялық қарым-қатынасты реттеуге бағытталады.

Кәсіпорын қызметінде қайта құрылымдау бұл тұтынушылардың өнімге деген сұранысын сақтай отырып басқару жүйесіне жаңа өзгерістер енгізу арқылы бизнестің құндылығын арттыруға бағытталады. Бұл үшін кәсіпорынның активтеріне экономикалық талдау жүргізіліп, олардың ұдайы өндірістегі рөлі кеңейтіледі.

Кәсіпорын басшыларының алдында жаңа стратегиялық міндеттерді шешу, әрекеттегі басқару жүйесінің тиімділігін арттыру, жаңашылдықты қажет ететін басқарудың күрделі мәселелерін шешу үшін басқару үдерісінде жаңа көзқарастарға, басқарудың жаңа стиліне қажеттілікті арттыра түседі. Кәсіпорын басшылары тек өндірісті дамыту есебінен ғана табыс алумен шектеліп қалмай, кәсіпорында тиімді басқару арқылы да қосымша табыс алу мүмкіндерінің бар екендігін ескерулері қажет. Сондықтанда жаңа басқару әдістерін енгізу арқылы кәсіпорынға ұзақ мерзімді бәсекелестік артықшылықтарға ие болатын мүмкіндіктерді де қарастыруы қажет.

Бүгінгі таңда кәсіпорындары басқарудың көпсалалы әдістері халықаралық тәжірибеде кеңінен қолданылады. Бұл әдістер кәсіпорындарды басқаруда өзінің тиімділігін дәлелдеген. Сондықтанда отандық тоқыма кәсіпорындарын басқаруда осы әдістерден пайдалануға назар аудару қажет. 7-кестеде халықаралық тәжірибеде кәсіпорындарды басқаруда қолданылатын танымал әдістерді, атап айтсақ балансталған көрсеткіштер жүйесі (BSC), жалпы сапаны басқару (TQM), «Алты сигма» әдісі, өндірістің кешенді қызмет көрсетуі (TPM), бенчмаркинг (BM), «5S» әдісі, (ABC), автоматтандырылған жобалау (CAD), жобаларды басқару (PM), кайдзен, бизнес-үдерістерді жетілдіру (IBP), бизнес-үдерістер аутсорсингы әдістерін қарастырамыз.

Кесте 7 – Халықаралық деңгейде ұйымдарды басқарудағы танымал әдістер

Әдіс атауы	Сипаттамасы
1	2
Балансталған көрсеткіштер жүйесі (BSC)	Ұйым қызметінің барлық аспектілерін көрсететін оңтайлы таңдалған көрсеткіштердің жиынтығы бойынша оның тиімділігін өлшеу және бағалау негізінде компанияның стратегиялық басқару жүйесі
Жалпы сапаны басқару (TQM)	Бұл тұтынушылардың (клиенттердің) жетістіктерге қанағаттануына және таңдануына, қызметкерлердің мүмкіндіктерінің өсуіне, сонымен қатар жоғары, әрі ұзақ мерзімді кірістерге және шығынды азайтуға бағытталған әрекеттер жүйесі
«Алты сигма» әдісі	Операциялық қызметтегі туындауы мүмкін болатын ақаулықтардың ықтималдылығын төмендету мақсатында бизнес-процесстерді нақты икемдеудің жоғары технологиялық әдістемесі
Өндірістің кешенді қызмет көрсетуі (TRM)	TRM-нің мақсаты өндірістік жүйенің тиімділігін үнемі барынша және кешенді көтеруге ұмтылатын кәсіпорын құру болып табылады
Бенчмаркинг (BM)	Компанияны басқару тиімділігін арттыру үшін ең жақсы бизнес тәжірибелерді анықтауға арналған жапондық технология. Бұл технология бәсекелес тауарлар мен қызметтерге арналған тұтынушылық артықшылықтарды анықтауға бағытталған. Не жақсы, не нашар, оны тұтынушылар анықтайды, өйткені олар компанияның пайдасының негізгі көзі болып табылады
«5S» әдісі	Жұмыс орнын ұйымдастырудың әдісі, оның мақсаты операцияларды жүргізу үшін оңтайлы жағдайлар жасау, тәртіпті сақтау, тазалық, дәлдік, уақыт пен энергияны үнемдеу
Қызметкерлерді жалпы тарту	Субъектілердің рөлін және басқару объектілерін «қайта бөлу» қызметі. Бұл қайта бөлу, ең алдымен, басқару объектісін субъект өзін-өзі басқару, өкілеттіктер беру, барлық қызметкерлерді сапаны басқару үдерісіне тарту, субъектілер мен басқару объектілері арасындағы өзара әрекеттесу принциптерін өзгерту, жауапкершілікті өзгерту және көшбасшылық рөлге қатысты. Персоналды басқару жүйесіндегі осындай өзгерістер жұмысқа жаңа көзқарасты қалыптастырады
Қызмет түрі бойынша шығындарды талдау (ABC)	Функционалдық-құндық талдау ішкі жиынтық талдау ретінде қарастырылады және ол компанияның бизнес-үдерістері бойынша шығындардың және басқа да ақпараттардың - өндіріс, маркетинг, сату, жеткізу, техникалық қолдау, қызмет көрсету, клиенттерге қызмет көрсету, сапаны қамтамасыз ету және т.б. құнын анықтайды және есепке алады
Автоматтандырылған жобалау (CAD)	Сызбаларды жасауға арналған 3D модель және/ немесе конструкторлық және/немесе технологиялық құжаттамалық бағдарламалық пакет
Жобаларды басқару (PM)	Корпоративтік басқарудағы бірден-бір шешуші сала. Жобаларды тиімді басқару компанияға сауатты жоспарлау және жобаны сәтті жүзеге асыру, уақыт, ақша және адами ресурстық шығындарды оңтайлы жұмсау арқылы сапасын сақтай отырып соңғы жоспарланған жобалық өнімге қол жеткізуге мүмкіндік береді. Жобаларды басқарудың қағидаттары мен әдістерін пайдалану ұйымға бизнесте жаңа бәсекелік артықшылық пен өз қызметінің

7-кестенің жалғасы

1	2
	нәтижелігін арттыруға мүмкіндік береді
Үздіксіз жетілдіру (Кайдзен)	Бұл тұрақты күш-жігердің арқасында жетілдіру. Кайдзен жұмыс әдісі, жеке тиімділікті және т.б. тұрақты жетілдіру, яғни бизнес философиясы ретінде қарастырылады
Бизнес-үдерістерді жетілдіру (IBP)	Ұйымдағы процестік инновацияны іске асыру, бұл белгілі бір қызмет түріне байланысты шығындарды төмендетуге және осы бизнес үдерісінде қалыптасқан құнды арттыруға мүмкіндік береді
Іс-әрекеттегі оқыту (Action Learning)	Нақты бизнес-жобалармен немесе әлеуметтік бастамалармен айналысатын жұмыс топтарының құрамында оқытуға арналған пассивті оқыту түрін ауыстыруды қамтиды. Оқыту негізінде - қажетті ақпаратқа, нақты іс-қимыл жоспарларын жасауға, қол жеткізілген нәтижелерді тексеру және талқылауға, білім мен тәжірибе алмасуға қол жеткізеді
Бизнес-үдерістер аутсорсингы	Кәсіпорын бизнес процестерге қызмет көрсетуді басқа компанияға береді. Бизнес-процестердегі аутсорсинг негізінде ақпараттық технологиялармен және корпоративтік ақпараттық жүйені басқарумен аутсорсинг қаржыларды, персоналдарды, маркетингті, құқықтық қамтамасыз етуді басқарумен байланысты жоғары деңгейлі процестер аутсорсингі болып бөлінеді
Ескертпе - [63] дереккөзі негізінде автормен құрастырылды	

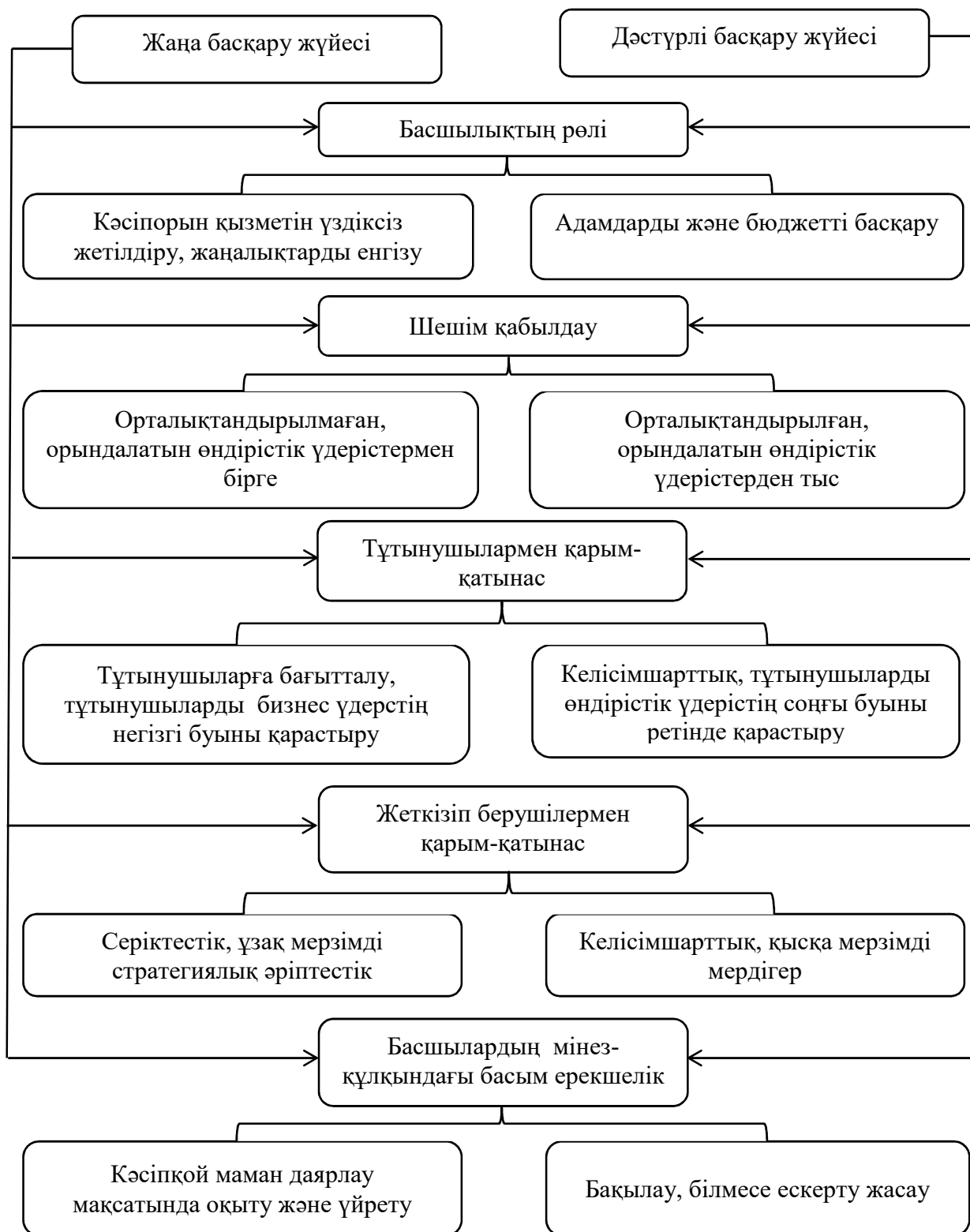
7-кестеде қарастырған бұл басқару әдістері кәсіпорынның салалық бағытына, қызметінің ерекшелігіне және қаржылық мүмкіндіктеріне тәуелсіз кез-келген ұйым үшін қолжетімді. Кәсіпорын басшылары осы басқару әдістерінің маңыздылығын ескере отырып кәсіпорын қызмет басқаруда қолдану арқылы басқарушылық артықшылыққа қол жеткізетін болады.

Бүгінгі таңда тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқаруда дәстүрлі басқару жүйесінен ерекшеленетін, кәсіпорын ішінде инновациялық ортаны қалыптастыратын, кәсіпорынды басқару үдерісінде қабылданатын шешімдерде оның қызметкерлерінің талап-тілектерін, тұтынушылардың ұсыныстарын ескеретін жаңа басқару жүйесі болуы тиіс. Бұл жаңа басқару жүйесінің көзқарас тұрғысынан, шешім қабылдау, нәтижелік критерийлері, тұтынушылармен және жеткізіп берушілермен қарым-қатынас, басшылықтың рөлі, басшылардың мінез-құлқындағы ерекшелік, өзгерістерді жүргізу тәсілдері, қызметкерлерді ынталандыру бойынша дәстүрлі басқару жүйесінен айырмашылығын 6-суретте қарастырамыз.

Кәсіпорынның инновациялық белсенділігін басқарудағы жаңа басқару жүйесін тиімді қолданудың негізгі шарты бұл қызметкерлердің құзыреттілігінің деңгейі, сондай-ақ кәсіпорынның нарықтық және технологиялық мүмкіндіктерін ескере отырып, өнімнің инновациялық портфелінің негізгі құраушыларының дұрыс үйлесуінде болып табылады.

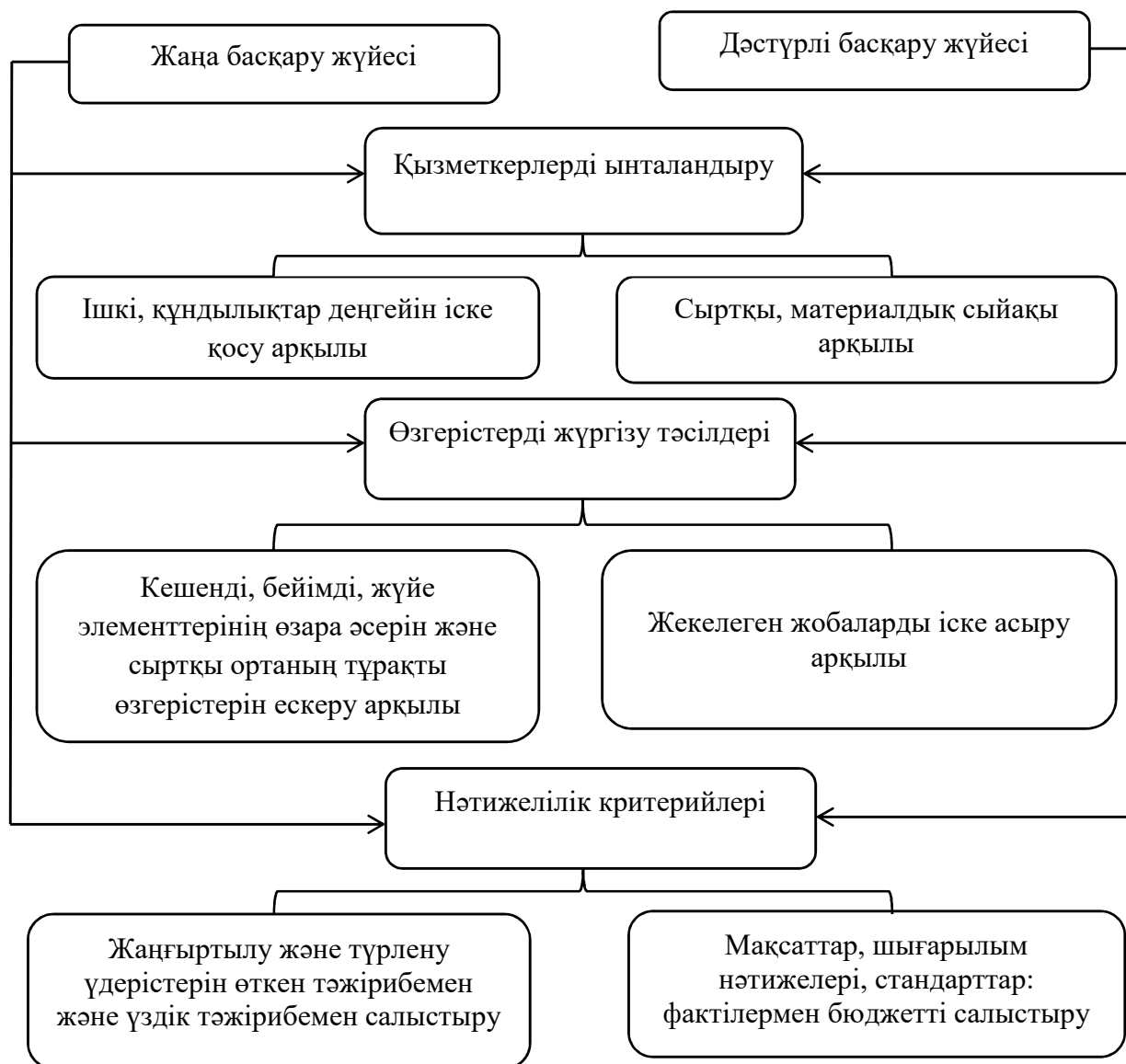
Кәсіпорындар нарықтағы өзінің ұстанымын сақтап қалу үшін үнемі зерттеулер жүргізіп, сыртқы ортадағы өзгерістерге байланысты дер кезінде шешім қабылдай алуы қажет. Өйткені бәсекелестік артықшылыққа ие болу нарыққа инновациялық өнімді енгізу арқылы іске асырылатын болады.

Сонымен қатар бәсекелестік артықшылықты қамтамасыз етіп отыру үшін үнемі зерттеулер жүргізіп, үздік деп танылған нәтижелерді өндіріске енгізіп, осы үдерістерді үздіксіз жалғастырып отыру қажет.



Сурет 6 – Инновациялық белсенділікті басқарудың тұжырымдамалық ерекшеліктері, 1 бет

Ескертпе - [58] дереккөзі негізінде автормен құрастырылды



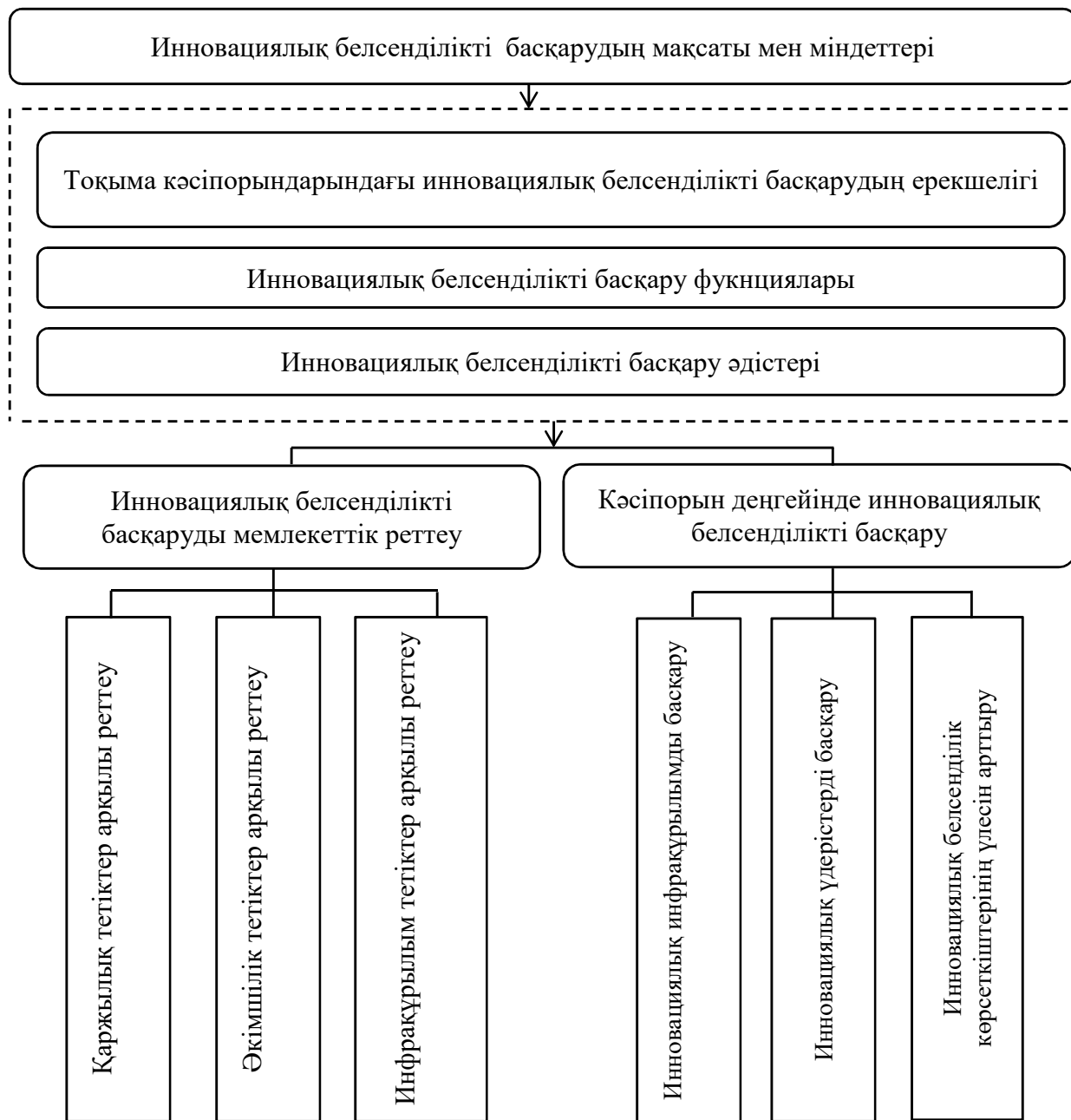
Сурет 6, 2 бет

Жалпы бүгінгі таңда кәсіпорындардың инновациялық белсенділігін басқаруда жаңа басқару жүйесі өте қажет деп есептейміз. Өйткені кәсіпорынның инновациялық белсенділігін басқаруда жаңа басқару жүйесінің көмегімен басқарудың сапасын жақсартуға, инновациялық үдерістің жекелеген құрылымдарының параметрлеріндегі ауытқуларды дер кезінде анықтауға, осы құрылыммен байланысты емес, бірақ соңғы нәтижеге ықпал ететін негізгі көрсеткіштердегі өзгерістерді айқындауға, жалпы алғанда кәсіпорынның инновациялық белсенділігін оңтайлы басқару жүйесі қалыптастырылады.

Кәсіпорындардағы инновациялық белсенділікті басқару бойынша қолданыстағы түрлі теориялар мен тәжірибелерді қарастырғаннан кейін 7-суретте тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқарудың қалыптастырылған тұжырымдамасын ұсынамыз.

7-сурет бойынша тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқарудың негізгі мақсаты бұл кәсіпорынға бәсекелестік артықшылықты

қамтамасыз ету болып табылады. Бүгінгі таңда кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілігін арттыруда олардың инновациялық белсенділігін оңтайлы басқару маңызды болып табылады.



Сурет 7 - Тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқарудың қалыптастырылған тұжырымдамасы

Ескертпе – Автормен құрастырылды

Тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқарудың мақсатына сай оның міндеттері айқындалады. Кәсіпорынның инновациялық белсенділігін басқарудың міндеттері негізінен тоқыма кәсіпорындарының бәсекелестік артықшылыққа жету жолында инновациялық қызметті қарқынды және экономикалық тұрғыдан тиімді іске асыруға бағытталуы тиіс.

Инновациялық белсенділікті басқарудың кез-келген нысанын жүзеге асыру кезінде менеджменттің келесі жалпы функциялары: жоспарлау, ұйымдастыру, ынталандыру және бақылау орындалуы керек [64]. Инновациялық белсенділікті басқарудың бұл функцияларын іске асырудың өзіндік ерекшеліктері болады және олар инновациялық белсенділікті басқарудың тұжырымдамалық ерекшеліктерін айқындау кезінде ескерілуі тиіс.

Жоспарлау бұл бірқатар қарапайым қосалқы функциялардан тұрады: мақсат қою және болжау; ресурстарды бағалау; іс-қимыл бағдарламасы және бюджеттеу; өкілеттіктер беру; бақылау критерийлерін белгілеу. Жоспарлау – бұл кәсіпорынның алға қойған мақсатына қол жеткізуге бағытталған шаралар жүйесін әзірлеу үдерісі. Микро деңгейде жоспарлау (нақты кәсіпорын шеңберінде) болжанатын жоспарлы көрсеткіштерді және оларға қол жеткізу үшін қажетті шараларды қамтуға тиіс бизнес-жоспарлардың, қысқа мерзімді бағдарламалардың жиынтығын қамтиды. Макро деңгейде жоспарлау басқару объектілерін мемлекеттік реттеудің негізгі нысаны болып табылады. Жоспарлау алдағы уақытта атқарылатын жұмыстар мен қызметтерді жоспарлау, болжау және бақылау үшін менеджерлер қолданатын барлық әдістерді, тактикалар мен рәсімдерді қолдануды қамтиды.

Ұйымдастыру функциясы бұл жалпы ұйымдастырушылық мақсаттарға жету үшін адамдар мен құралдарды біріктіру үдерісі. Ұйымдастыру үдерісі жұмысты құрылымдайды және кәсіпорынның көлеміне, оның технологиясы мен персоналына негізделген жұмыс топтары мен бөлімшелерін құрады. Ұйымдастыру функциясын орындау барысында менеджер белгілі бір жұмыс үшін адамдарды таңдайды, жеке адамдарға ұйымның ресурстарын пайдалану үшін тапсырмалар мен өкілеттіктер немесе құқықтар береді, содан кейін олардың қызметін үйлестіреді. Басқаруды жоғары ұйымдастырудың көрсеткіштерінің бірі - кәсіпорынның қоршаған орта факторларының өзгеруіне тез бейімделу мүмкіндігі. Ұйымдастыру функциясы жоспарлау үдерісінде анықталған мақсаттарға жету үшін қажетті жағдайларды жасауға бағытталған.

Ынталандыру бұл жеке мақсаттар мен кәсіпорынның мақсаттарына жету үшін кәсіпорын менеджерлері мен қызметкерлерін іс-әрекетке ынталандыру үдерісі. Ынталандыру функциясының негізгі міндеті – кәсіпорын қызметкерлерінің өздеріне берілген міндеттерге сәйкес және жоспарға сәйкес жұмысты орындауы. Басшылар барлық уақытта өз қызметкерлерін ынталандыру функциясын жүзеге асырып отыруы тиіс.

Бақылау бұл қол жеткізілген нәтижелердің белгіленген мақсаттардан, параметрлерден ауытқуын анықтауға, түзетуге және алдын алуға бағытталған басқарушылық қызмет. Кәсіпорында бақылау функциясы арқылы объектінің жай-күйінің нормативтік актілерде, заңдарда, бағдарламалар мен жоспарларда көзделген қажетті және болжамды күйге сәйкестігін тексеру мақсатында объектіні және онымен болатын үдерістерді бақылау іске асырылады.

Инновациялық белсенділікті басқару оның әр функциясында әр түрлі әдістерді қолдануды қарастырады, сонымен қатар кәсіпорындардағы инновация түрлерін тиімді және уақтылы іске асыруда маңызды болып табылады.

Инновациялық белсенділікті басқару әдістері - бұл оңтайлы басқару шешімдерін әзірлеуде кәсіпорынның инновациялық белсенділігін басқарудың түрлі міндеттемелерін орындау қағидалары ескеруі тиіс. Кәсіпорындарда инновациялық белсенділікті басқарудың әдістері бұл дәстүрлі басқарудан ерекшеленетін, кәсіпорынға бәсекелестік артықшылықты қамтамасыз ететін, сондай-ақ, ең алдымен кәсіпорындағы инновациялық климатты қалыптастыруға, қызметкерлерді жаңашылдыққа ынталандыруға бағытталған стандартты емес басқару әдістерінен тұрады.

Қазіргі уақытта тоқыма өнеркәсібі саласында қызмет ететін кәсіпорындардың арасында мемлекет ішінде де, халықаралық деңгейде де бәсекелестік өте жоғары болып отыр. Көптеген елдерде тоқыма саласын қолдауға арналған арнайы мемлекеттік бағдарламалар қабылданып, тоқыма саласында қызмет ететін кәсіпорындарды түрлі мемлекеттік тетіктер арқылы қолдау жүзеге асырылуда. Тоқыма өнеркәсібі саласы келешегі бар салалардың бірі. Дамыған және экономикалық табысты елдерде жеңіл өнеркәсіп, оның ішінде тоқыма өнеркәсібі жетекші салалардың бірі болып табылады, өйткені оның өнімдеріне деген сұраныс жыл сайын ұдайы өсуде. Соңғы 15 жылда маталар мен киімдерді тұтыну ЕО елдерінде 90,5% - ға, АҚШ-та - 99,3%-ға, Жапонияда - 220% - ға өсті [65]. Қытайда, Түркия мен Үндістанда жеңіл өнеркәсіп ұлттық экономиканы дамыту үшін басымдық ретінде жарияланған. Олардың көпшілігінде өндірушілерді мемлекеттік қолдау шараларын қамтитын тоқыма өнеркәсібі саласын қолдау бағдарламалары әзірленген [66].

Сондықтанда отандық тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқарудың тиімділігін арттыруда мемлекеттік реттеу арқылы қолдау шараларын да іске асырған дұрыс. Бұл тоқыма кәсіпорындарын инновациялық қызметті іске асыруға ынталандырады және инвесторлардың салаға қызығушылығын арттырады. Тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқаруда мемлекет негізінен қаржылық, әкімшілік және инфрақұрылымдық тетіктер арқылы ықпал ете алады. Бұл тетіктер арқылы ықпал ету тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін арттыруға серпін береді.

Сонымен қатар тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқарудың тиімділігін арттыру үшін кәсіпорындар өз ішінде инновациялық климатты қалыптастыруға күш салуы қажет. Ол үшін біріншіден кәсіпорын ішінде инновациялық инфрақұрылымды қалыптастыру қажет, екіншіден, кәсіпорын ішінде инновациялық үдерістерді дұрыс басқару жүйесін қалыптастыру қажет, үшіншіден инновациялар жүзеге асырыла бастаған кезде инновациялық белсенділік бойынша көрсеткіштерге мониторинг жасап, олардың үлесін арттырып отыру қажет. Өйткені инновациялар үнемі ізденісті, жетілдіріп отыруды қажет ететін үздік үдеріс болып табылады.

Тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқарудың тұжырымдамалық негізі саланың ерекшеліктерін ескере отырып инновациялық белсенділікті басқаруды қамтамасыз етеді. Әсіресе отандық кәсіпорындардың қызметін басқаруда ең алдымен жаңа басқару жүйесін енгізуге,

қызметкерлердің жаңашылдыққа сезімталдығын арттыру, жаңа идеяларын іске асыруға, кәсіпорын қызметін дамытуға деген ынтасын жоғарылатуға бағытталған іс-шараларға көбірек мән беру қажет. Бұл кәсіпорында инновацияларды енгізуге қолайлы климатты қалыптастырып, оның инновациялық белсенділігін арттыруға оң ықпал ететін болады.

Автор тұжырымдаған тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқарудың тұжырымдамалық негіздері басқарудың осы түрінің маңызды сипаттамалары болып табылады, оның ерекше сипатын анықтайды және дәстүрлі басқарудан ерекшеленеді. Сонымен қатар қазіргі уақытта тоқыма саласында бәсекелестікті қамтамасыз етуде отандық тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін арттыруда тек кәсіпорын өзінің ішкі мүмкіндіктерімен ғана шектеліп қалмай, кәсіпорынның инновациялық белсенділігіне берілген авторлық анықтамаға сәйкес сыртқы мүмкіндіктерден пайдалану, оның ішінде мемлекеттік реттеу шараларын да іске асыру қажеттігі ескеріліп отыр.

Жалпы қорыта айтатын болсақ, бұл бөлімде инновациялық белсенділік кәсіпорынның бәсекелік артықшылығы және басқару нысаны ретіндегі маңыздылығы теориялық тұрғыдан, шетелдік және отандық зерттеушілердің көзқарасы тұрғысынан және халықаралық ұйымдар мен отандық статистика органдарының ресми құжаттарында берілген анықтамалар жан-жақты зерттеліп, автордың көзқарасы бойынша олардың артықшылықтары мен кемшіліктері көрсетіліп, кәсіпорынның инновациялық белсенділігіне авторлық анықтама берілді. Автор отандық тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқарудың тиімділігін арттыру мақсатында Ұлттық экономикада тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділік көрсеткіштерін әзірлеп ұсынды. Бұл ұсынылған инновациялық белсенділік көрсеткіштері отандық тоқыма кәсіпорындарында инновациялық белсенділікті басқаруда инновацияның әрбір түрін дамыту бойынша жұмыс жасап, нақты нәтижелерге қол жеткізуге мүмкіндік береді. Сонымен қатар тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқарудың қалыптастырылған тұжырымдамасы ұсынылды. Бұл тұжырымдама тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқаруда дәстүрлі басқару жүйесінен ерекшеленетін жаңа басқару жүйесін енгізу арқылы кәсіпорынға бәсекелестік артықшылық қамтамасыз етуге оң ықпал ететін болады.

2 ҚАЗАҚСТАН ТОҚЫМА ӨНЕРКӘСІБІ КӘСІПОРЫНДАРЫНЫҢ ИННОВАЦИЯЛЫҚ БЕЛСЕНДІЛІГІН БАСҚАРУДЫ ТАЛДАУ

2.1 Отандық экономикада тоқыма өнімдері өндірісінің ағымдағы жағдайын талдау

Қазақстан Республикасы тоқыма өнімдері өндірісінің ағымдағы жағдайына талдау жүргізу бұл саланың бүгінгі таңдағы жағдайын, оның мүмкіндіктерін, артықшылықтарын және әлсіз тұстарын көрсетіп көрсетіп береді. Тоқыма саласы Қазақстан экономикасы үшін қандай артықшылыққа ие болғанын және қазіргі уақытта бұл саланың салыстырмалы артықшылықтарын білу маңызды. Себебі бұл саланы дамытуда жүйелі түрде жұмыс жасау қажеттігін көрсетеді.

Ол үшін алдымен тоқыма саласы бойынша RCA индексін есептейміз. Бұл RCA индексі тоқыма саласының экспорттық артықшылығын белгілеу және оны кейіннен дамыту үшін тиісті шаралар әзірлеуге мүмкіндіктер береді. Тоқыма саласы бойынша RCA индексін ЕАЭО мүше мемлекеттер шеңберінде қарастырамыз.

ЕАЭО мүше бес елдің 1995-2019 жылдар аралығындағы тоқыма өнеркәсібі өндірісі бойынша RCA индексін қарастыратын болсақ, олардың нәтижелері келесідей (8-кесте). Бұл бес елді салыстырмалы қарастыруымыздың негізгі себебі, олардағы жағдайлар (кедендік тарифтер, елдер арасындағы жұмыс күші миграциясы, заңнамалық реттеу тетіктері) ұқсас болып табылады және бұл елдердің барлығы бұрынғы Кеңес Одағының құрамынан шығып отыр.

Кесте 8 - ЕАЭО мүше елдердің тоқыма өнеркәсібі өндірісі бойынша RCA индексінің көрсеткіші

Ел	1995	1996	1997	1998	2000	2005	2010	2012	2015	2018	2019
Қазақстан	1,42	0,44	0,42	0,35	0,22	0,15	0,04	0,49	0,06	0,07	0,07
Армения	-	-	0,58	-	0,68	0,53	0,96	1,02	1,51	3,24	2,37
Белоруссия	-	-	-	0,93	0,91	0,76	0,57	1,37	1,02	1,17	1,26
Қырғызстан	3,98	2,28	-	-	1,73	4,18	4,66	4,37	1,4	1,35	1,33
Ресей	-	0,2	0,18	0,18	0,16	0,07	0,03	0,04	0,05	0,06	0,07
Ескертпе – [67] мәліметтері негізінде автормен құрастырылды											

8-кесте мәліметтері бойынша тоқыма өнеркәсібі өндірісі бойынша 1995 жылы Қазақстанда $RCA=1.42$ болған, ал 1996 жылдан бастап $RCA < 1$ -ден төмен болып отыр. Бұл индекс елімізде 1995 жылға дейін тоқыма секторы бәсекелестік артықшылыққа ие сектор екендігін, ал 1996 жылдан бастап тоқыма секторына мамандану болмағанын көрсетіп отыр. Оның негізгі себебі бұрынғы Кеңес Одағының кезінде Одаққа мүше елдер арасында байланыстардың үзілуі, тоқыма саласына қажетті шикізаттар көлемінің жетіспеушілігіне алып келді, сонымен қатар тоқыма кәсіпорындарындағы негізгі құрал-жабдықтардың тозуы, шикізаттың жетіспеушілігіне байланысты кәсіпорындардың толық

қуатпен жұмыс істемеуі, қызметкерлерге уақытында жалақының төленбеуі нәтижесінде білікті мамандардың басқа салаларға ауысып кетуі орын алды. Сонымен қатар мемлекет тарапынан тоқыма секторына айтарлықтай көп көңіл бөлінбеуі саланың тұралап қалуына алып келді.

Тоқыма өнеркәсібі өндірісі бойынша RCA индексін Армения бойынша қарастыратын болсақ, 2012 жылға дейін $RCA < 1$ -ден төмен болып отыр, ал 2012 жылдан бастап $RCA > 1$ орын алған. Демек Арменияда қазіргі таңда тоқыма секторы бәсекелестік артықшылыққа ие болған саланың бірі болып отыр.

Тоқыма өнеркәсібі өндірісі бойынша RCA индексін Белоруссия бойынша қарастыратын болсақ, бұл елде де 2012 жылға дейін $RCA < 1$ -ден төмен болып отыр, ал 2012 жылдан бастап $RCA > 1$ орын алған. Демек Белоруссияда да бүгінгі таңда тоқыма секторы бәсекелестік артықшылыққа ие сектор ретінде танылып отыр.

Тоқыма өнеркәсібі өндірісі бойынша RCA индексін Қырғызстан бойынша қарастыратын болсақ, зерттеу аралығында тоқыма секторы үнемі ($RCA > 1$) бәсекелестік артықшылыққа ие сектор ретінде танылып отыр.

Ал тоқыма өнеркәсібі өндірісі бойынша RCA индексін Ресей Федерациясы бойынша қарастыратын болсақ, тоқыма секторы зерттеу аралығында үнемі $RCA < 1$ -ден төмен болып отыр, демек Ресей Федерациясы үшін тоқыма секторына мамандану болмағанын көрсетіп отыр.

8-кесте мәліметтерінен белгілі болып отырғандай, Белоруссия және Арменияға қарағанда Қазақстанда тоқыма өнеркәсібіне қажетті шикізаттың басым бөлігі елде өндірілгенімен, қазіргі уақытта елімізде тоқыма секторы бәсекелестік артықшылыққа ие сектор ретінде танылмай отыр.

Әрине қазіргі уақытта тоқыма саласында бәсекелестік өте жоғары. Өйткені тоқыма өнімдеріне сұраныс көлемі жылдан – жылға артып отыр, оның негізгі себебі әлемде халық санының артуымен түсіндіріледі.

Қазақстанда өткен ғасырдың соңғы жылдарындағы тоқыма саласының көрсеткіштері отандық тоқыма саласын қазіргі жағдайда дамытуға толық мүмкіндіктердің бар екендігін көрсетіп отыр [68]. Сондықтанда қазақстандық тоқыма кәсіпорындары осы тәжірибені ескере отырып, бұрынғыдай мемлекет үшінде, кәсіпорын үшінде табысты салаға айналдыру қажет.

Тоқыма өнеркәсібінің ерекшелігі технологиялық тұрғыдан аграрлық сектормен және химия өнеркәсібімен тығыз байланысты. Тоқыма өнеркәсібінің дамуы ауыл шаруашылығы өнімдеріне сұранысты арттырып, оның маңызды бағыттарын қалпына келтіруге және дамытуға айтарлықтай ықпал етеді. Жалпы осы саладағы бәсекеге қабілеттілікті арттыру үшін туындаған мәселелерді кешенді түрде шешуді қажет етеді. Сондықтан әлемдік тәжірибеде кеңінен қолданылатын кластерлер тоқыма өнеркәсібінің бәсекеге қабілеттілігін арттыруда маңызды рөл атқарады. Осы мақсатта Қазақстан Республикасы Президентінің 2005 жылғы 6 шілдедегі № 1605 Жарлығымен Республика экономикасының әлемдік экономикалық байланыстар жүйесіне кіруін белсендету үшін өңірдің дамуын жеделдету мақсатында тиімділігі жоғары, жоғары технологиялық және бәсекеге қабілетті өндірістерді қоса алғанда,

өнімнің жаңа түрлерін дамыту, инвестицияларды тарту, нарықтық қатынастардың құқықтық нормаларын жетілдіру, заманауи басқару әдістерін енгізу, әлеуметтік мәселелерді шешу үшін Шымкент қаласында «Оңтүстік» АЭА құрылды [69]. «Оңтүстік» АЭА нақты бір бағытқа бағдарланған. Оның негізгі мақсаты – мақта өңдейтін жоғары технологиялық өндірісті, өнеркәсіптік тоқыма және тігін саласын кешенді дамыту.

Бүгінгі таңда «Оңтүстік» АЭА-ның инвестициялық қоржынының жалпы құны – 97,8 млрд. теңге. Қазіргі инвестиция көлемі 30,7 млрд. теңге құрайтын 18 жоба іске асырылып, 1518 жұмыс орны құрылды. 2010 жылдан 2020 жылға дейінгі аралықта «Оңтүстік» АЭА-ның кәсіпорындарымен өндірілген өнімнің көлемі 72 млрд. теңгеден асты. Өндірілген өнімнің жартысынан астамы, яғни 48,8 млрд. теңге сомасындағы өнім таяу және алыс шет елдерге экспортталды. «Оңтүстік» АЭА қызметін бастағалы бері бюджетке 5,2 млрд.теңгенің салық төлемдері жасалды. 2020 жылы инвестиция көлемі 0,99 млрд.теңге құрайтын 3 жоба іске қосылып, 93 жұмыс орны құрылды [70].

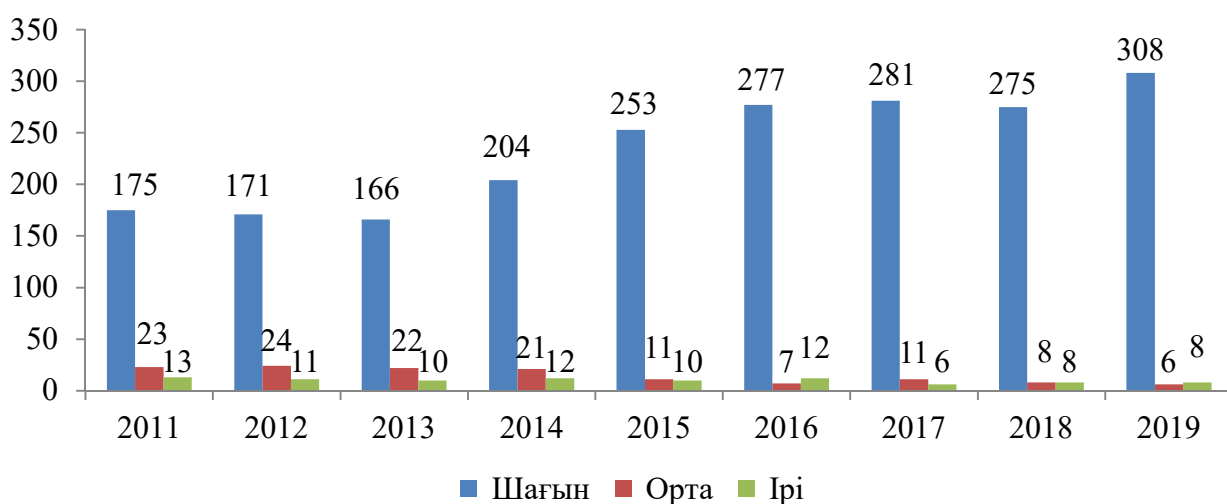
Қазақстанда тоқыма өнеркәсібіне қажетті шикізаттардың басым бөлігі өндіріледі деп айтуға болады. Әсіресе табиғи тоқыма талшықтың ең маңызды, әрі кең тараған түрі – мақта талшығы Қазақстанның тоқыма өнеркәсібіне қажетті шикізаттың құрамында маңызды орын алатыны белгілі. Себебі елдегі тоқыма кәсіпорындарының басым көпшілігі мақтаны қайта өңдеп, одан дайын өнімдер шығаруға негізделген. Республиканың оңтүстік аймағы, нақты айтқанда Түркістан облысының ауа райы мақта өсіруге қолайлы және бұл салада диқандар мол тәжірибеге ие.

Түркістан облысының аймағында 18 мақтаны қайта өңдейтін кәсіпорын жұмыс жасайды, олардың жиынтық өндіріс қуаттылығы жылына 800 мың тонна. Бірақ республикадағы жыл сайынғы жинақталатын жалпы шитті мақтаның аздығынан олар тек 26%-ға ғана қамтылған. Бүгінгі таңда мақта шаруашылығымен аймақтың 500 мыңға жуық тұрғыны айналысады. Мақта өндірісі тек экономикалық тұрғыдан ғана емес, сонымен қатар әлеуметтік тұрғыда да маңызды болып табылады, оның табысты шешілуіне осы адамдардың әл-ауқаты тәуелді [71]. Сондай-ақ, Қазақстанның тоқыма өнеркәсібі ЕАЭО шеңберінде экономикалық тиімді болуға үлкен мүмкіндігі бар, ол қазақстандық өндірушілердің өнімдері үшін Ресей, Белоруссия, Қырғызстан мен Армения нарықтарына қолжетімділікті кеңейтті.

Қазақстан Республикасының жеңіл өнеркәсіп саласының республика бойынша өнеркәсіп саласындағы үлесі 1990 жылы 15,8%, 2000 жылы 2,3%, 2018 жылы 0,95%-ды құраған [51]. Бұл статистикалық мәліметтерден бүгінгі таңда жеңіл өнеркәсіп саласын республикадағы өндіріс өнеркәсібі саласындағы ең проблемалы саланың бірі ретінде қарастыруға болады. Себебі экономикада соңғы жылдары бұл салаға айтарлықтай көңіл бөлінбей келеді, сұранысты импорт есебінен қамту қалыптасып қалған. Жеңіл өнеркәсіп экономиканы түрлендіруге, әсіресе, пайдалы қазбалар қорының азайып, мұнай бағасының төмендеген кезінде дағдарыс толқынына қарсы тұру мүмкіндігінің бірі болып саналады [72].

Қазақстан Республикасында жеңіл өнеркәсіптің өңдеуші өнеркәсіптегі үлесі аз болғанымен, оның құрамында тоқыма өнеркәсібінің үлесі жоғары. Бүгінгі таңда еліміздегі жеңіл өнеркәсіп өндірісінің жартысынан астам бөлігі тоқыма өндірісіне тиесілі.

Статистикалық мәліметтер бойынша Қазақстан Республикасында тұрақты жұмыс істеп тұрған тоқыма бұйымдарын өндіретін кәсіпорындар саны 2011-2013 жылдар аралығында 211-ден 198-ге дейін қысқарған. Ал 2014 жылы жұмыс істеп тұрған тоқыма кәсіпорындарының саны қайта көбейіп 237-ге жеткен болса, бұл көрсеткіш жыл сайын тұрақты өсіп 2017 жылы 298-ге жеткен, бірақ 2018 жылы олардың саны біршама қысқарып 291 кәсіпорынды, ал 2019 жылы тоқыма кәсіпорындарының саны артып 322 кәсіпорынды құраған. Тоқыма кәсіпорындарының ішінде басым бөлігін шағын кәсіпорындар құрайды (8-сурет).



Сурет 8 - Жұмыс істеп тұрған тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының саны, 2011-2019 жж., кезең соңына

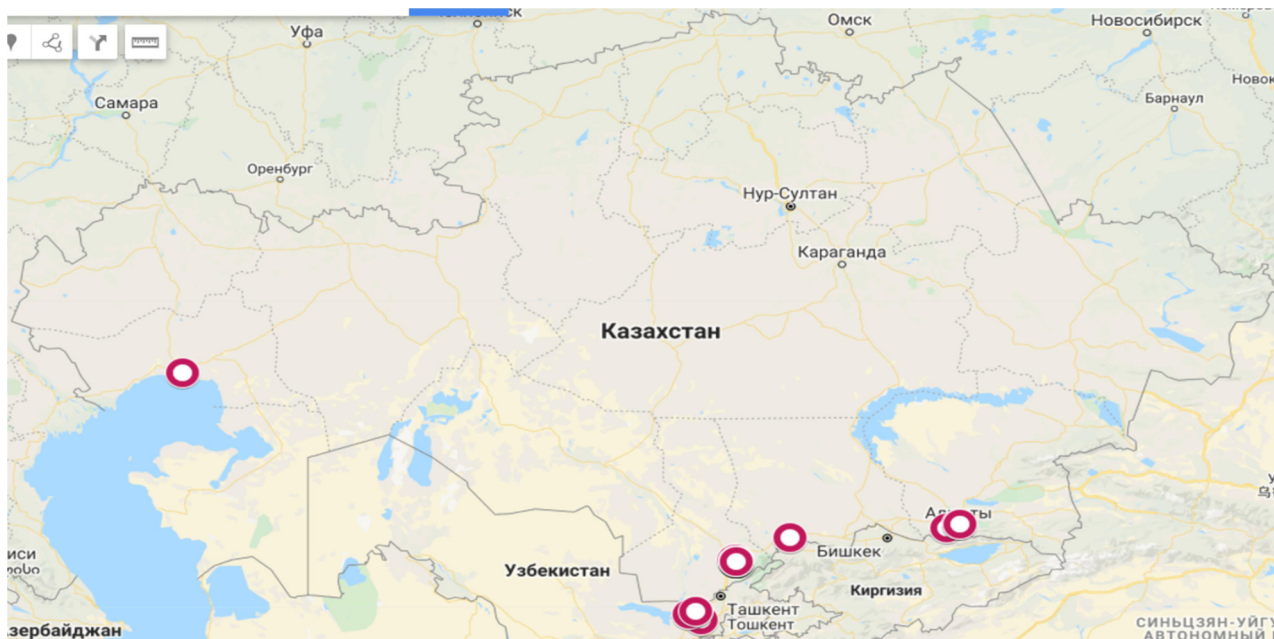
Ескертпе – [51] мәліметтері негізінде автормен құрастырылды

8-сурет мәліметтері бойынша жұмыс істеп тұрған тоқыма бұйымдарын өндіретін кәсіпорындар ішінде шағын кәсіпорындар саны жыл сайын тұрақты өсіп отырғанымен, орта және ірі кәсіпорындар саны керісінше азайып отыр. Республика бойынша тоқыма саласындағы шағын кәсіпорын саны 2011 жылы 175 болса, 2019 жылы 308 кәсіпорынға жеткен, ал орта кәсіпорындар саны 2011 жылы 23 болса, 2019 жылы 6 кәсіпорын қалған, сондай-ақ ірі кәсіпорындар саны 2011 жылы 13 болса, 2019 жылы 8 кәсіпорын қалған. 2019 жылғы мәлімет бойынша жұмыс істеп тұрған тоқыма кәсіпорындарының барлығы жеке секторға тиесілі болып табылады.

2019 жылы республика бойынша жұмыс істеп тұрған тоқыма бұйымдарын өндіретін орта кәсіпорындар саны 6 бірлік, оның ішінде 3 кәсіпорын Түркістан облысында, 1 кәсіпорын Шымкент қаласында, 1 кәсіпорын Алматы қаласында, 1 кәсіпорын Алматы облысында орналасқан. Ал 2019 жылы республика

бойынша жұмыс істеп тұрған тоқыма бұйымдарын өндіретін ірі кәсіпорындар саны 8 бірлік, оның ішінде 4 кәсіпорын Түркістан облысында, 4 кәсіпорын Шымкент қаласында орналасқан. Бұл жұмыс істеп тұрған кәсіпорындардың басым бөлігі еліміздің оңтүстік өңірінде орналасқандығын көрсетіп отыр. Оның негізгі себебі шикізат нарығының жақындығы және елеулі еңбек ресурстарының болуымен түсіндіріледі.

Еліміздің тоқыма саласында белсенді қызмет етіп келе жатқан кәсіпорындарды атап өтетін болсақ, мақта талшығын өңдейтін «Мырзакент» мақта өңдеу зауыты» ЖШС (Түркістан облысы), «Ақ Алтын» ЖШС (Түркістан облысы), «KhansuarInvestCompany» ЖШС (Түркістан облысы), «Бағара-Мақта» ЖШС (Түркістан облысы) шитті мақтаны қайта өңдеу кәсіпорындары өндіреді. Мақта маталарын шығарумен «Азала Текстиль» ЖШС (Шымкент қ.), «Azala Cotton» ЖШС (Шымкент қ.), «АХБК-Қарғалы» ЖШС (Алматы облысы), «Универсал жарнама» ЖШС (Алматы қ.) айналысады. Сонымен қатар жүнді өңдеумен айналысатын кәсіпорындарға «Фабрика ПОШ-Тараз» ЖШС (Жамбыл облысы), «Caspiy Lana Atyrau» ЖШС (Атырау облысы), «Шымкент-Кашемир» ЖШС (Шымкент қ.), «Қуат ЛТД» ЖШС (Алматы қ.) жатады. Елімізде өнімдері синтетикалық және жасанды жіптер мен талшықтардан дайындалатын кілем өндіретін кәсіпорындар да қызмет етеді. Оларға «Бал Текстиль» ЖШС (Шымкент қ.), «Назар Текстиль» ЖШС (Шымкент қ.) жатады. Сондай-ақ, елімізде шұлық бұйымдарының ең ірі өндірушісі «Алем БТ» ЖШС, кәсіпорын өз өндірісінде Оңтүстік Кореялық жоғары сапалы жабдықтарды пайдаланады. Қазақстан Республикасындағы белсенді қызмет етіп келе жатқан тоқыма кәсіпорындарының ел аумағы бойынша орналасу картасын 9 - суретте ұсынамыз.



Сурет 9 - Қазақстан Республикасындағы тоқыма кәсіпорындарының орналасуы

Ескертпе – карта Google қосымшасы базасы негізінде әзірленді

9-суреттен көріп отырғанымыздай, тоқыма кәсіпорындарының басым бөлігі еліміздің оңтүстігінде орналасқан, атап айтатын болсақ, тоқыма бұйымдары өндірісі саласындағы шағын кәсіпорындардың 41%-ы (132 кәсіпорын), орта кәсіпорындардың 66,6%-ы (4 кәсіпорын) және ірі кәсіпорындардың 100%-ы республиканың оңтүстік өңіріндегі Түркістан облысы мен Шымкент қаласында орналасқан.

Республикадағы тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының тоқыма өнімдерінің өндірісінің статистикалық көрсеткіштер динамикасын қарастыратын болсақ, еліміздегі тоқыма кәсіпорындарында өндірілген тоқыма өнімдерінің ақшалай көлемі 2011-2019 жылдар аралығында 3,3 есе өскен (9-кесте).

Кесте 9 - Тоқыма өнімдері қызмет түрі бойынша экономикалық көрсеткіштер серпіні

Көрсеткіш	2011	2013	2015	2016	2017	2018	2019
1	2	3	4	5	6	7	8
Өнеркәсіптік өнім өндірісінің көлемі, млн. теңге	18 080	31 588	29 492	37 601	43489	52594	60 238
Өнеркәсіптік өндірістің индексі, өткен жылға %-бен	83,3	98,0	100,7	102,8	112,1	108,2	101,2
Өнеркәсіп өнімдерін өндірудің жалпы көлеміндегі сала өнімдерінің үлесі, %-бен	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Кәсіпорындар және өндірістер саны – барлығы, оның ішінде:	190	190	173	165	164	147	157
негізгі қызмет түрі	144	141	135	133	130	128	137
Салық салуға дейінгі пайда (залал), млн. теңге	-1 956	-16 017	-92 814	1 770	1 320	711	3998
Пайдалылық, %-бен	-8,9	-41,5	-65,9	3,4	2,6	0,7	5,4
Өндіруші кәсіпорындар бағасының индексі, өткен жылға %-бен	109,2	105,1	102,0	109,8	100,8	98,9	101,5
Негізгі капиталға салынған инвестициялар, млн. теңге	3 872	4 962	5 731	3 287	1 073	7 349	7684
өткен жылға %-бен	35,9	232,2	135,3	54,3	30,8	656,9	102,6
Ескертпе - [51] негізінде автормен құрастырылды							

9-кесте бойынша 2011-2015 жылдар аралығында тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының салық салуға дейінгі пайдасы болмаған, керісінше теріс нәтижемен қорытылған болса, 2016-2019 жылдар бойынша оң нәтиже көрсеткен. Тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының салық салуға дейінгі пайдасы 2016 жылы 1 770 млн. теңге, яғни пайдалылық 3,4%, 2017 жылы 1 320 млн. теңге, яғни пайдалылық 2,6%, 2018 жылы 711 млн. теңге, яғни пайдалылық

0,7%, 2019 жылы 3 998 млн. теңге, пайдалылық 5,4%-ды құраған. Негізгі капиталға салынған инвестициялар көлемі 2011 жылы 3 872 млн. теңге болса, 2019 жылы 2 есеге өсіп 7 684 млн. теңгені құраған.

Бүгінгі таңда отандық тоқыма кәсіпорындары кардо немесе тарақпен түтілмеген, майсыз жүн (қойдың), кардо және тарақпен түтілген мақта, мақта-мата, иірімжіп және тігін жіптері, түкті, қылшықты маталар және өзге де арнайы маталар, кілемдер және кілем бұйымдары, төсек жаймалары, киіз, фетрден және жүннен басылған аяқ киім бұйымдары өндіріледі. 2011-2019 жылдар аралығында отандық тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарында өндірілген заттай көріністегі тоқыма өнімдерінің көлемі 10-кестеде көрсетілген.

Кесте 10 – Заттай көріністегі тоқыма өнімдерінің өндірісі

Тоқыма бұйымының атауы	2011	2013	2015	2016	2017	2018	2019
1	2	3	4	5	6	7	8
кардо немесе тарақпен түтілмеген, майсыз жүн (қойдың), тонна	4 082	1 547	2 042	1 893	2 762	-	283
кардо және тарақпен түтілген мақта, тонн	75 544	105 969	51 337	53 751	66 882	69138	63141
иірімжіп және тігін, мақта-мата жіптері, тонна	3 474	4 700	10 805	5 967	4 142	-	-
маталар, мың м ²	19 192,3	25 782,9	48 555,0	57 791,6	55 873,2	60906,2	71 463,0
мақта-маталы маталар, мың шаршы м	19 192,3	24 454,2	24541,0	25 405,0	24 617,9	24 268,6	14 092,0
жасанды және штапельді талшықтардан жасалған (арнайы маталардан басқа) маталар, мың м ²	-	978,9	22 535,0	31 585,5	30909,1	36347,0	56 569,0
қылшықты, түкті маталар және өзге де арнайы маталар, мың м ²	-	349,8	1005,0	675,0	323,0	-	796,0
төсек жаймалары, мың дана	2 144,3	3 018,9	1940,9	3 037,3	3622,7	5576,7	8 131,6
кілемдер және кілем бұйымдары, мың м ²	8,2	158,4	2317,7	2 751,7	2 988,3	6160,7	2 487,4
киіз, тонна	239	286	209	189	132	146	140
жүннен және фетрден басылған аяқ киім, мың жұп	296,5	168,1	104,2	114,0	57,8	48,8	56,1
Ескертпе – [51] негізінде автормен құрастырылды							

10-кесте мәліметтерінен белігі болғандай Қазақстанда маталар өндірісі 2011 жылы 19 192,3 мың м² болса, 2019 жылы оның көлемі 3,7 есе өсіп 71 463,0 мың м² құраған. Өндірілген маталардың құрамында 2011-2013 жылдары мақта-маталы маталар негізгі үлеске ие болса, 2015-2019 жылдары штапельді және жасанды талшықтардан жасалған, яғни арнайы маталардан басқа маталардың үлесі басымдыққа ие болып отыр. Төсек жаймалары 2011 жылы 2 144,3 мың дана болса, 2019 жылы оның көлемі 3,8 есе көбейіп 8131,6 мың данаға жетіп отыр. Ал кілемдер және кілем бұйымдарының өндірісі 2011 жылы 8,2 мың м² құраған. 2013 жылдан бастап тұрақты өсіп келеді. Кілемдер, басқада кілем бұйымдарының өндіріс көлемі 2013-2018 жылдар аралығында 39 есеге жуық өскен. Бірақ 2019 жылы оның көлемі азайып 2 487,4 мың м² құраған.

9 және 10 кестелерде қарастырған мәліметтер бір қарағанда оң нәтиже көрсетіп тұрғандай, бір жағынан қарағанда, отандық тоқыма өндірісінің көлемі өсуі және тоқыма өнеркәсібінің жағдайы жақсарғанын көрсетіп отырған сияқты көрінеді. Бірақ, өнім көлемін бағалау ақша баламасында есептелетіндіктен және елдегі инфляцияның жылдан-жылға өсуі мен бағаның қымбаттауы да ескерілуі қажет. Бұл өзгерістерді тоқыма саласының шынайы нәтижесі ретінде қарастырудың қажеті жоқ. Себебі еліміздегі өндірілген тоқыма өнімдерінің өндіріс көлемі жыл сайын өскенімен жалпы республика бойынша өнеркәсіптік өнім өндірісінің көлеміндегі үлесі өзгеріссіз, яғни соңғы 7 жылда қатарынан 0,2% мөлшерінде қалып отыр [60, б.26].

Қазақстанның тоқыма өнеркәсібі саласының алдында тұрған негізгі мәселелердің бірі елімізде тоқыма бұйымдарын өндіретін 300-ден астам кәсіпорындар болғанымен, тоқыма бұйымдарын өндіруге қажетті отандық шикізаттардың басым бөлігі елімізде қайта өңделмей шет елдерге экспортталып отыр. Мысалы жыл сайын елдегі өндірілетін мақта талшығының орташа алғанда 85%-ы экспортталады [73]. Бұл мақта өнімінің басым бөлігі шикізат түрінде, яғни қосылған құны төмен тауарлар түрінде экспортқа шығарылып отырғандығын көрсетеді. Қазақстан Республикасындағы тоқыма өнеркәсібіне қажетті шикізаттың құрамында маңызды орын алатын мақта саласының негізгі көрсеткіштерін қарастыратын болсақ, 2011-2019 жылдар аралығында рекордтық көрсеткіш 2013 жылы орын алған, яғни жалпы жиналған шитті мақтаның көлемі 396,7 мың тоннаны құраған. Сонымен қатар осы жылы экспортталған мақта талшығының көлемі де жоғары болып 67,5 мың тоннаны, оның ақшалай құны 1 14950,1 мың АҚШ долларын құраған [74] (11-кесте).

Кесте 11 - Қазақстан Республикасының мақта саласының негізгі көрсеткіштері

№	Көрсеткіш	2011	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Егіс алқабы (мың га)	154,2	138	126,5	99,3	109,6	134,6	132,6	131,2
2	Жалпы жиналған шитті мақта (мың т.)	315,4	396,7	313,3	254,6	281,1	328,0	343,6	344,4
3	Шитті мақта түсімділігі (ц/га)	20,4	28,7	24,8	25,6	26,2	24,4	25,9	26,2

11-кестенің жалғасы

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4	Мақта талшығын өндіру (мың т.)	84,1	71,9	73,8	51,3	53,7	67,8	71,4	63,2
5	Мақта талшығы экспорты (мың т.)	28,8	67,5	47,3	39,4	51,7	59,9	47,7	65,9
6	Экспортталған мақта талшығының жалпы құны (мың АҚШ доллары)	69665,0	114950,1	79259,3	52913,1	71967,7	93118,4	78674,4	95485,7
7	1 тонна мақта талшығының орташа бағасы (АҚШ доллары)	2418,9	1702,9	1675,6	1342,9	1392	1554,5	1649,3	1448,9
Ескертпе – [51], [74] негізінде автормен құрастырылды									

11-кесте мәліметтері бойынша өндірілген мақта талшығының басым бөлігі алыс және жақын шет елдерге экспортталып отыр. 2011-2019 жылдар аралығын қарастыратын болсақ, 2011 жылы 84,1 мың тонна мақта талшығы өндірілген болса, оның 34,2%-ы (28,8 мың тонна), 2013 жылы 71,9 мың тонна мақта талшығы өндірілген болса, оның 93,8%-ы (67,5 мың тонна), 2014 жылы 73,8 мың тонна мақта талшығы өндірілген болса, оның 64%-ы (47,3 мың тонна), 2015 жылы 51,3 мың тонна мақта талшығының 76,8%-ы (39,4 мың тонна), 2016 жылы 53,7 мың тонна мақта талшығының 96,2%-ы (51,7 мың тонна), 2017 жылы 67,8 мың тонна мақта талшығының 88,3%-ы (59,9 мың тонна), 2018 жылы 71,4 мың тонна мақта талшығының 66,8%-ы (47,7 мың тонна), 2019 жылы 63,2 мың тонна мақта талшығы өндірілген болса, экспортталған мақта талшығының көлемі 2018 жылы өндірілген мақта талшығынан қалған бөлігін қоса есептегенде 65,9 мың тонна мақта талшығы экспортқа шығарылған.

Қазақстанның мақта талшығын экспорттаушы елдерге негізінен Латвия, Белгия, Қытай, Түркия, Ресей, Беларусь, Молдова, Қырғызстан, Германия, Украина елдері жатады (12-кесте).

Кесте 12 - Қазақстан Республикасы бойынша мақта талшығының экспорты

Негізгі елдер	2011 ж.		2013 ж.		2015 ж.		2017 ж.		2019 ж.	
	мың тонна	мың АҚШ доллары	мың тонна	мың АҚШ доллары	мың тонна	мың АҚШ доллары	мың тонна	мың АҚШ доллары	мың тонна	мың АҚШ доллары
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Барлығы	28,8	69 665,0	67,5	114 950,1	39,4	52 913,1	59,9	93 118,4	65,9	95485,7
ТМД елдері	15,4	35 589,6	29,0	49 871,0	23,4	31 759,5	21,7	34 528,9	21,4	30 460,4
Беларусь	0,164	542,2	3,2	5 390,7	0,8	1 140,1	2,9	4 360,3	3,3	4 607,1
Қырғызстан	0,053	188,2	-	-	-	-	0,3	422,0	-	-
Молдова Республикасы	2,4	5 070,3	6,2	10 809,4	11,7	16 436,9	12,0	19 041,9	14,1	20 464,9
Ресей	12,7	29 673,9	19,5	33 670,9	10,9	14 182,4	6,3	10 554,7	3,8	5 257,1

12-кестенің жалғасы

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Тәжікстан	-	-	-	-	-	-	-	-	0,0	8,6
Өзбекстан	-	-	-	-	-	-	0,2	47,1	0,1	122,7
Украина	-	-	-	-	-	-	0,1	102,9	-	-
Әлемнің басқа елдері	13,4	34 075,4	38,5	65 079,1	15,9	21 153,5	38,2	58 589,4	44,5	65 025,3
Бельгия	0,175	397,1	0,433	779,3	0,1	104,3	0,2	202,9	-	-
Қытай	2,181	5 775,1	3,123	6 844,5	-	-	2,7	4 159,1	13,5	21 263,1
Литва	-	-	-	-	-	-	-	-	0,0	10,0
Латвия	10,1	25 805,0	34,4	56 611,3	15,9	21 049,2	32,8	50 789,5	23,3	33 328,8
Түркия	0,179	437,8	0,357	528,2	-	-	2,5	3 438,0	7,5	10 372,3
Германия	0,019	57,5	0,078	140,8	-	-	-	-	-	-
Иран	0,676	1 424,1	-	-	-	-	-	-	-	-
Италия	0,058	134,7	0,078	144,4	-	-	-	-	-	-
Польша	0,019	44,1	-	-	-	-	-	-	-	-
Австрия	-	-	0,016	30,6	-	-	-	-	-	-
Чех Республикасы	-	-	-	-	-	-	-	-	0,0	51,1
Ескертпе – [51] негізінде автормен құрастырылды										

12-кесте мәліметтеріне сәйкес 2019 жылы Қазақстан бойынша экспортталған мақта талшығының 31,9%-ы ТМД елдеріне экспортталған болса, қалған 68,1%-ы әлемнің басқа елдеріне экспортталып отыр. Ал елдер бойынша экспорт үлесін қарастыратын болсақ: Латвия (34,9%), Қытай (22,2%), Молдова (21,4%), Түркия (10,8%), Ресей (5,5%), Беларусь (4,8%), және басқа елдер (0,4%).

Экспорт көлемінің артуы мен қысқаруы шитті мақтаны өндіру көлеміне және мақта талшығының бағасына байланысты болып келеді. Мақтаға әлемдік нарықта сұраныс артатын болса оның бағасы жоғарылайды, ал керісінше баға төмендейтін болса, мақта егуге қызығушылық біршама төмендеп, ұсыныс көлемі де азаятын болады.

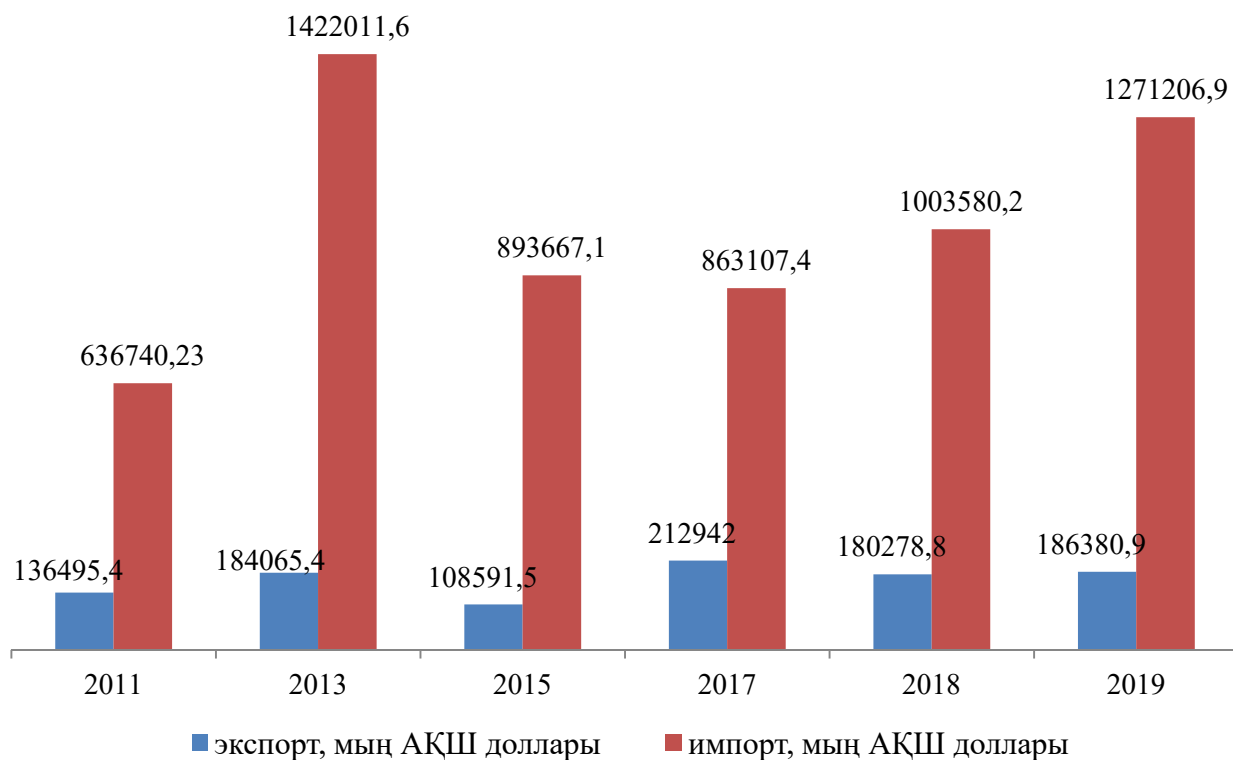
Тоқыма өндірісі саласында жүннен өндірілген тоқыма бұйымдары маңызды орынға ие. Өйткені жүннен жасалған өнімдер жылы, жеңіл, әрі төзімді келеді. Бүгінгі таңда елімізде мал шаруашылығының жүн өнімдері өкінішке орай терең өңделмейді. Статистикалық көрсекіштерге сәйкес елімізде 2011 жылы – 38,5 мың тонна, 2013 жылы – 37,6 мың тонна, 2015 жылы – 38,0 мың тонна, 2016 жылы – 38,5 мың тонна, 2017 жылы – 39,0 мың тонна, 2019 жылы - 39,5 мың тонна жүн өндірілген екен. Бірақ, жоғарыда атап өткеніміздей жүнді терең өңдеп, сапалы дайын тоқыма бұйымдарын өңдейтін кәсіпорындардың болмауы, одан дайын өнім шығару жақсы дамымағандығын көрсетіп отыр. Сондықтан елімізде өндіріліген жүннің басым бөлігі жақын және алыс шет елдерге экспортталып отыр (13-кесте). Ал қалған бөлігі толықтай нақты тоқыма саласында қолданылып отырған жоқ деп айтуға болады. Сондықтан да алдағы уақытта отандық жүн өнімдерін терең өңдеп, одан дайын өнім өндіру саласына инвесторларды барынша тарту, оларды ынталандыру мақсатында арнайы мемлекеттік қолдау шараларын қарастыру қажет.

Кесте 13 - Қазақстан Республикасы бойынша жүн экспорты

Негізгі елдер	2011 ж.		2013 ж.		2015 ж.		2017 ж.		2019 ж.	
	тонна	мың АҚШ доллары	тонна	мың АҚШ доллары	тонна	мың АҚШ доллары	тонна	мың АҚШ доллары	тонна	мың АҚШ доллары
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Барлығы	10195,5	11719,2	5 976,9	5 568,4	5 178,3	4 521,3	11 206,3	7 303,9	2 472,9	1 445,8
ТМД елдері	1366,6	1881,7	1 911,8	1 872,9	515,6	225,8	561,0	227,0	1 249,8	527,7
Беларусь	-	-	20,0	8,0	-	-	-	-	-	-
Қырғызстан	310,9	733,7	389,5	245,9	208,0	104,0	29,1	7,3	437,7	25,0
Ресей	1020,9	862,2	1 502,3	1 619,0	307,6	121,8	531,9	219,7	812,1	502,7
Украина	34,8	285,8	-	-	-	-	-	-	-	-
Әлемнің басқа елдері	8828,9	9837,5	4 065,1	3 695,5	4 662,7	4 295,5	10 645,3	7 076,9	1 223,1	918,0
Венгрия	19,9	42,8	-	-	-	-	-	-	-	-
Қытай	8 462,1	7 112,7	4 065,1	3 695,5	4 662,7	4 295,5	10 627,3	6 947,3	1 046,5	576,8
Испания	18,7	166,8	-	-	-	-	-	-	-	-
Германия	91,0	689,1	-	-	-	-	-	-	-	-
Италия	237,2	1 826,1	-	-	-	-	17,3	125,0	19,9	201,2
Израиль	-	-	-	-	-	-	0,6	4,6	-	-
Грузия	-	-	-	-	-	-	-	-	57,3	43,4
Монғолия	-	-	-	-	-	-	-	-	99,4	96,6
Ескертпе – [51] негізінде автормен құрастырылды										

13-кесте мәліметтеріне сәйкес 2011 жылы 10195,5 тонна, 2013 жылы 5976,9 тонна, 2015 жылы 5178,3 тонна, 2017 жылы 11206,3 тонна, 2019 жылы 2472,9 тонна жүн экспортталған. 2019 жылы Қазақстан Республикасы бойынша экспортталған жүнді қарастыратын болсақ: Қытай (42,3%), Ресей (32,8%), Қырғызстан (17,7%) және басқа елдер (7,2%). 2011-2019 жылдар аралығында 2017 жылы ең көп жүн экспорты орын алған.

2011-2019 жылдары еліміздегі тоқыма өнімдерінің экспорты мен импортының статистикалық көрсеткіштерін қарастыратын болсақ, импорт көлемі экспортқа қарағанда едәуір жоғары екендігі белгілі болып отыр. Тоқыма өнімдері импортының экспорттан айтарлықтай көп болуының негізгі себебінің бірі көбінесе экспортқа құны төмен шикізат түріндегі өнімдер шығарылады, ал импортқа қосылған құны жоғары дайын өнімдерді келеді. Кез-келген мемлекет экспорт көп болуына, ал кемінде импортпен тең болуына мүдделі. Бірақ өкінішке орай біздің елімізде тоқыма өндірісіне қажетті шикізат түрлерінің көп бөлігі бар болуына қарамастан, экспортқа қарағанда импорт көлемі бірнеше есе артық болып отыр. Сондықтанда елімізде қосылған құны жоғары тоқыма өнімдерінің өндірісін дамыту қажет. Бұл еліміздің Үкіметінің алдында тұрған және отандық тоқыма кәсіпорындарының алдында тұрған үлкен міндеттердің бірі болуы тиіс. Статистикалық мәліметтер бойынша 2011 жылы тоқыма өнімдерінің импорт көлемі экспорт көлемінен 4,6 есе, 2019 жылы 6,8 есе артық болып отыр (10-сурет).



Сурет 10 - ҚР тоқыма және тоқыма бұйымдарының экспорты мен импортының динамикасы, 2011-2019 жж., мың АҚШ доллары

Ескертпе - [51] негізінде автормен құрастырылды

10-сурет мәліметі бойынша 2011-2019 жылдар аралығында тоқыма өнімдерінің экспортында біршама өзгерістер байқалады. 2011 жылы елімізде өндірілген тоқыма өнімдерінің экспорты 136,4 млн. АҚШ долларын құраған. Ал 2013 жылы оның көлемі 2011 жылмен салыстырғанда 34,9%-ға көбейіп 184,0 млн. АҚШ долларына жеткен, 2015 жылғы экспорт 2011 жылмен салыстырғанда 20,5%-ға кеміген және 108,5 млн. АҚШ долларды құраған болса, 2017 жылғы экспорт көлемі 2011 жылмен салыстырғанда 56%-ға ұлғайып, 212,9 млн. АҚШ долларын құраған, 2018 жылы экспорт көлемі 2011 жылмен салыстырғанда 32,1%-ға артып 180,2 млн. АҚШ долларын құраған, 2019 жылы экспорт көлемі 2011 жылмен салыстырғанда 36,6%-ға артып 186,3 млн. АҚШ долларын құраған. Тоқыма өнімдерінің импортын қарастырсақ, 2011 жылы оның көлемі 636,7 млн. АҚШ долларын құраған, ал 2013 жылы 2,2 есе өсіп 1 422 млн. АҚШ долларына жеткен. 2015-2016 жылдар аралығында тоқыма өнімдерінің импорт көлемі біршама қысқарған, яғни 2015 жылы 893,6 млн. АҚШ долларын, ал 2016 жылы 712,2 млн. АҚШ долларын құраған. 2017 жылы импорт көлемі біршама ұлғайып 863,1 млн. АҚШ долларын, 2018 жылы 1 003,5 млн. АҚШ долларын, 2019 жылы 1 271,2 млн. АҚШ долларын құрап отыр. Жалпы 2019 жылы тоқыма және тоқыма бұйымдарының импорт көлемі 2011 жылмен салыстырғанда 2 есе артып отыр.

Импортқа тәуелділік мәселесін шешу үшін ҚР Үкіметі тарапынан арнайы шаралар қабылданды. 2010 жылы жеңіл өнеркәсіпті дамытудың жеке бағдарламасы әзірленді «Қазақстан Республикасында жеңіл өнеркәсіпті дамыту жөніндегі 2010 - 2014 жылдарға арналған бағдарлама». Бағдарламаның міндеті шикізатты қайта өңдеу, қосылған құны жоғары және оны сыртқы нарықтарға шығару перспективасы бар өнім өндірісі есебінен ішкі нарық қажеттілігін қанағаттандыру, сондай-ақ еңбекке қабілетті халықты жұмыспен қамтамасыз ету жолымен әлеуметтік шиеленісті төмендету болды [75]. Сонымен қатар Қазақстан Республикасы Инвестициялар және даму министрлігі жеңіл өнеркәсіпті дамытудың 2015-2019 жылдарға арналған Кешенді жоспарын бекітті. Кешенді жоспардың негізгі мақсаты әлеуметтік тиімділігін күшейте отырып, жеңіл өнеркәсіп өнімдерінің бәсекеге қабілеттілігін арттыру болып табылады.

Бұдан басқа, бизнесті қолдаудың басқа да құралдары бар, оның ішінде жеңіл өнеркәсіп кәсіпорындары үшін де – бұл «Бизнестің жол картасы 2020», «Жұмыспен қамту 2020», «Өнімділік 2020», «Экспорт 2020» және т.б. бағдарлама, сонымен қатар 2017-2021 жылдарға арналған Қазақстан Республикасы Инвестициялар және даму министрлігі стратегиялық жоспарында да жеңіл өнеркәсіпті, оның ішінде тоқыма өнеркәсібін дамыту шаралары қарастырылған [76].

Қазақстанда 2010 жылдан бастап индустриалдық-инновациялық даму бағдарламалары 5 жылға арналып қабылданып келеді. Осы уақытқа дейін индустриалды – инновациялық дамуға арналған екі бағдарламасы іске асырылды. Бұл бағдарламалардың нәтижелерінде 2010 – 2018 жылдары елімізде өңдеуші өнеркәсіпті дамыту көлемі базалық мәнде 2,7 есеге ұлғайды, яғни 2010 жылы 3,8 трлн. теңгеден 2018 жылы нақты мәнде 10,4 трлн. теңгені құрады. Бұл кезеңде өңдеуші өнеркәсіптің өнеркәсіптік өндірісінің нақты көлемі индексінің орташа жылдық өсу қарқыны 4,5 %-ды құрады және жиынтығында 42,3 %-ға ұлғайды [1].

2009 – 2018 жылдары еліміздің өңдеуші өнеркәсіп саласында жалпы қосылған құнының нақты өсімі жиынтығында 48%-ды құрады, бұл Қазақстан Республикасының ЖІӨ-нің өсуіне мөлшерлес. Мұндай синхрондылықтың негізгі факторларының бірі сыртқы нарықтардағы шикізат ресурстарына бағаның төмендеуі нәтижесінде Қазақстан Республикасының өндіруші өнеркәсібінің өсу қарқынының 22,9 %-ға дейін баяулауы болып табылады [1].

Елімізде өнеркәсіп саласын осындай мемлекеттің белсенді қолдау шаралары болғанымен отандық тоқыма кәсіпорындарының бәсекеге қабілеттілігі әлі де болса төмен болып отыр, өйткені олар алға бастайтын дамуды көрсете алмай келеді. Зерттеу барысында тоқыма өнеркәсібі өнімдерінің жәрмеңкесі мен форумдарына қатысу, қазақстандық тоқыма кәсіпорындарының басшыларымен, қызметкерлерімен әңгімелесу, сауалнама жүргізу, сонымен қатар отандық тоқыма өнімдерін тұтынушылар арасында сауалнама жүргізу нәтижесінде осы салаға тән SWOT-талдау жасалды (14-кесте).

Кесте 14 - Қазақстан Республикасында тоқыма өнеркәсібінің жағдайын SWOT-талдау

<p>Күшті жақтары:</p> <ul style="list-style-type: none"> - тоқыма саласына қажетті шикізат ресурстарының болуы; - ірі нарықтарға жақындық (Қытай, Ресей нарығы); - ішкі және әлемдік нарықтардағы тоқыма өнімдеріне жыл сайын сұраныс көлемінің артуы; - көлік, логистика инфрақұрылымның болуы; - өндірістік әлеуеттің болуы; - арзан жұмыс күшінің болуы. 	<p>Мүмкіндіктер:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ЕАЭО-қа мүше елдердің нарығына кедергісіз шығу; - тоқыма саласына қажетті шикізат түрлерін (мақта, жүн) өңдейтін өндірісті дамыту; - елдегі қолайлы инвестициялық климатқа байланысты біріккен орта және ірі тоқыма кәсіпорындарын ашу; - салыстырмалы түрде басқа салаларға қарағанда қомақты инвестицияны қажет етпейді және салынған қаражаттың қайтуы қысқа мерзімде іске асырылуы.
<p>Әлсіз жақтары:</p> <ul style="list-style-type: none"> - кәсіпорындардың техникалық жабдықталу деңгейінің төмендігі; - негізгі қорлардың едәуір тозуы және өнімнің бәсекеге қабілеттілігінің төмен деңгейі; - отандық кәсіпкерлер тарапынан салаға қызығушылықтың төмендігі және капитал салынымдарының жоқтығы; - кәсіпорындардағы қол жұмысының көптігінен еңбек өнімділігінің төмендігі, цифрландыру деңгейінің төмендігі; - саладағы маркетингтің дамымағандығы; - еңбек жағдайларының қолайсыздығына байланысты білікті кадрлық ресурстардың жетіспеушілігі; - салада жұмыс істейтін қызметкерлер жалақысының төмендігі; - қосылған құны төмен тауарлар экспортының жоғары үлесі; - отандық өніммен салыстырғанда импорт өнімінің бағасының төмендігі; - көрші мемлекеттермен салыстырғанда саладағы кәсіпорындарға салық және кеден төлемдері бойынша жеңілдіктердің жоқтығы; - отандық брэндтердің іс-жүзінде жоқтығы. 	<p>Тәуекелдер:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ішкі нарықты отандық тоқыма өнімдерімен қамту деңгейі экономикалық қауіпсіздіктің шекті деңгейінен төмендігі; - мемлекет тарапынан қолайлы жағдайлардың болуына қарамастан тоқыма саласына инвестицияны жеткіліксіз тарту; - шекарадан заңсыз өткізілетін тоқыма өнімдерінің отандық тоқыма өнімдеріне қарағанда бағасының арзан болуы; - тоқыма саласында әлемдік көшбасшы елдердегі тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенді болуынан бәсекенің жоғарылығы.
<p>Ескертпе – Автормен құрастырылды.</p>	

Отандық тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының алдында тұрған бүгінгі таңдағы негізгі мәселелерді шешуде өнім өндіру, қызмет көрсету және сату үдерісіне саладағы соңғы жаңалықтарды енгізуге, ҒЗТКЖ жүргізуге, яғни инновацияларды енгізуге көбірек көңіл бөлу қажет.

Жаһандық бәсекелестік, жедел технологиялық ілгерілеу және ресурстардың жетіспеушілігі өзекті мәселе болып табылатын қазіргі

нарықтарда жұмыс істейтін ұйымдар өсуі, тиімді болуы және тіпті өмір сүруі үшін жаңашылдықты енгізуі қажет [77]. Инновациялар экономиканың басқа салаларындағы сияқты тоқыма кәсіпорындарының табыстылығының кепілі болып табылады.

Себебі инновациялар кез-келген кәсіпорынның дамуына, оның экономикалық тұрғыдан табысты болуына, қаржылық тұрақтануына өзінің оң септігін тигізеді. Инновацияларды енгізу арқылы кәсіпорындар жаңа өнім түрлерін шығара отырып, өзін-өзі қаржыландырудың жаңа көздерін табатын болады.

2020 жылдың 11 наурызында Дүниежүзілік денсаулық сақтау ұйымы COVID-19 коронавирусына байланысты пандемия жариялады. Елімізде карантин шаралары енгізілді. Осы кезеңде медициналық қорғаныш киімдеріне, бетперделерге деген сұраныс артқаны белгілі. Бұрынғы өндіріс қуатымен жұмыс жасайтын отандық кәсіпорындар сұранысқа сай қорғаныш құралдарымен қамтамасыз ете алмай қалды, ал шет елдерден келетін қорғаныш құралдарының импорты да шектеулі болды. Бұл отандық тоқыма кәсіпорындарының өнімдеріне, әсіресе бетперделерге сұранысты арттырғаны белгілі. Мамандардың айтуынша осы кезеңде отандық тоқыма кәсіпорындары өндіретін мата өнімдеріне сұраныс артып, олардан бетперделер және басқа медициналық қорғаныш құралдары тігіліп еліміздің көптеген өңірлері отандық тоқыма кәсіпорындарының өнімдерімен қамтамасыз етілді [78].

Демек елімізде өндірілетін тоқыма өнім түрлеріне сырттан келетін тоқыма өнімдерінің импорты біршама шектелетін болса, отандық тоқыма кәсіпорындарының өнімдеріне ішкі нарық тарапынан сұраныстың артатынын көрсетіп отыр. Тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін арттыру арқылы олардың бәсекеге қабілеттілігі артатыны белгілі. Бұл осы саладағы кәсіпорындардың саланың ерекшелігіне байланысты инновация түрлерінің әрбірі бойынша белсенді түрде жұмыс жасау қажеттігін көрсетеді. Тоқыма кәсіпорындарында процестік инновация жаңа немесе жақсартылған материалдарды, маталарды шығару, оларды біріктірудің және өңдеудің жаңа технологияларын қолдана отырып іске асырылады. Ал өнім инновациясы жаңа немесе жақсартылған өнімді шығару арқылы, шикізат пен жартылай фабрикаттар бойынша жаңа шешімдерді қабылдай отырып іске асырылады [79]. Сонымен қатар тоқыма өнімдерінде инновация түрлері белгілі бір ерекшелігімен бірін - бірі толықтырып та отырады, атап айтқанда жақсартылған сипаттамалары бар жаңа материалдарды (ауа өткізгіш, суға төзімді және т.б.) қолдана отырып жасалған киім - бұл өнім инновациясы болса, бірақ нарықта жаңа тұтынушылар тобына арналған немесе эксклюзивтілік дәрежесін арттыратын жаңа киім стилінің алғашқы пайда болуы (сәйкесінше, сол өнімнің алдыңғы нұсқасымен салыстырғанда жоғары сауда бағасын орнатуға мүмкіндік береді) - бұл маркетингтік инновация болып табылады [11, б.66].

Бүгінгі таңда Қазақстан дамудың индустриалды-инновациялық бағытын таңдап отыр, бұл отандық тоқыма кәсіпорындарында инновациялық белсенділікті қалыптастырып, оны тиімді басқаруды қажет етеді [60, б.31].

Отандық тоқыма кәсіпорындары еліміздегі түрлі мүмкіндіктерді, оңтайлы пайдалана отырып, өздерінің инновациялық белсенділігін тиімді басқару арқылы бәсекелік артықшылыққа ие болады.

Бүгінгі таңда елімізде Үкімет тарапынан тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарын қолдау, олардың еңбек өнімділігін арттыру, шет елдерге шығаратын экспорт көлемін ұлғайту, ішкі нарықты отандық өнімдермен қамтуды ынталандыруға арналған «Бизнестің жол картасы 2020» бағдарламасы және «Қарапайым заттар экономикасын» дамыту шеңберінде төмен пайызбен несие беруге арналған бағдарламалар қарастырылған [76].

ҚР индустриялық-инновациялық дамуының 2020-2025 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасына сәйкес алдағы уақытта индустриялық-инновациялық саясат мынадай негізгі бағыттарды көздейтін болады:

- Өңдеуші өнеркәсіптегі бәсекелі артықшылықтарды тұрақты дамыту үшін одан әрі жүйелі жағдайлар жасау. Күш-жігер белсенді сауда саясатын жүргізуге, нарықтық және инновациялық ортаны, технологиялар трансфері жүйесін, сапалы өнеркәсіптік және цифрлық инфрақұрылымды, адами капиталды, құзыреттер орталықтарын, сынау және сертификаттау инфрақұрылымын дамытуға бағытталады.

- Үйлестіру, қаржыландыру және мониторинг процестерін неғұрлым дәл икемдеу жолымен индустриялық-инновациялық қызметті ынталандыру жүйесінің тиімділігін арттыру.

- Тиімді кәсіпорындарды баса ынталандыру. Тиімділік сыртқы нарықтарда тұрақты бәсекеге қабілеттілікпен өлшенетін болады. Осы бағыт шеңберінде кәсіпорындардың экспортқа бағдарланған даму және неғұрлым тартымды жағдайлар жасау моделіне көшуіне көмек көрсетіледі [1].

Индустрияландырудың үшінші бес жылдыққа арналған бағдарламасы алдыңғы екі бесжылдықтан өзгеше болып отыр. Біріншіден, салалық басымдықтардан өңдеу өнеркәсібінің барлық салаларында тиімді өндірушілерді қолдау пайдасына ауысу болады. Екіншіден, өндірілетін өнімнің, оның ішінде халық тұтынатын тауарлардың жаңа номенклатурасын игеруге, қолда бар номенклатураны кеңейтуге және «күрделендіруге» күш салынады. Үшіншіден, нақты мақсаттарға қол жеткізу үшін бизнестің өзара міндеттемелерінің орындалуы нәтижесінде нақты көрсеткіштерге қол жеткізуі бойынша тікелей қолдау көрсетіледі. Төртіншіден, саланы цифрлық дәуірге дайындау шеңберінде қажетті инфрақұрылым мен стандарттар жасалады. Бұл бағдарлама аясында отандық кәсіпорындар өз дамуының барлық кезеңінде, яғни қызметін енді ғана жаңадан бастағандар да, сонымен қатар тұрақты жұмыс істеп келе жатқан кәсіпорындар да кешенді қолдау алатын болады.

Жалпы қорыта айтатын болсақ, елімізде тоқыма өндірісіне керек болатын көптеген шикізаттардың өндірілуі, мемлекет тарапынан қолдау шараларының болуы саланы дамытуға мүмкіндіктердің бар екендігін, бірақ отандық тоқыма өнімдерімен ішкі нарықты қамту көлемін арттыру үшін оның өзі жеткіліксіз екендігін көрсетіп отыр. Зерттеу барысында отандық тоқыма өнеркәсібінің қазіргі жағдайына SWOT талдау жасалды, нәтижесінде тоқыма өндірісінде

орын алып отырған мәселелер анықталды, олардың негізгілеріне отандық кәсіпкерлер тарапынан салаға қызығушылықтың төмендігі және капитал салынымдарының жоқтығы, кәсіпорындардағы қол жұмысының көптігінен еңбек өнімділігінің төмендігі, цифрландыру деңгейінің төмендігі, саладағы маркетингтің дамымағандығы, салада жұмыс істейтін қызметкерлер жалақысының төмендігі, отандық өніммен салыстырғанда импорт өнімінің бағасының төмендігі, қосылған құны төмен тоқыма тауарлары экспортының жоғары үлесі, отандық брэндтердің іс-жүзінде жоқтығы жатады.

Сондықтан да алдағы уақытта аталған мәселелерді шешуде тоқыма өнеркәсібі шаруашылық субъектілерінің бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін алдымен тоқыма саласындағы инновация түрлері бойынша кәсіпорындардың белсенділігін арттыру қажет екендігін көрсетіп отыр. Отандық тоқыма кәсіпорындары инновацияларды енгізуде жоғарыда қарастырып өткен индустриалды-инновациялық бағдарламалар шеңберінде мемлекет тарапынан ұсынылып отырған қолдау шараларынан да тиімді пайдалана білуі қажет.

2.2 Тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарындағы инновациялық үдерістердің қазіргі жағдайын және инновациялық белсенділікке әсер етуші факторларды зерттеу

Елімізде жұмыс істеп тұрған тоқыма кәсіпорындары 300-ден астам болғанымен олардың ішкі нарықты қамтудағы үлесі әлі де болса аз, тоқыма өнімдерімен қамтамасыз ету негізінен импорт есебінен орын алып отыр. Нарықта жоғары сапалы шетелдік тауарлардың орнына отандық бәсекеге қабілетті өнімдердің үлесін арттыру үшін тоқыма кәсіпорындарының инновациялық тұрғыдан белсенділігін арттыру қажет.

Өйткені олар әртүрлі көрсеткіштер бойынша басқалардан өзгеше бәсекеге қабілетті сапалы өнімдер шығаруға мүдделі, бұл тұтынушы сатып алу туралы шешім қабылдаған кезде басымдықтарды анықтай алады. Нысанның бастапқы формасымен, құрылымның үйлесімділігі және тұтастығымен, объектінің формасы мен стиліне және қоршаған ортаға сәйкестігі, объектінің түсі мен сәндік шешімі, өнімді ораудың көркемдік шешімі өнімнің эстетикалық артықшылықтары алдын-ала бақылау кезеңінде тоқыма өнімдеріне деген нарықтың реакциясын бағалауға мүмкіндік береді.

Жоғарыда қарастырып өткеніміздей инновациялық өнімдерді ұйым үшін, тауар нарығы үшін және бүкіл әлем нарығы үшін жаңа немесе жетілдірілген тауарлар деп үшге бөліп қарастырған болатынбыз. Статистикалық мәліметтер бойынша Қазақстан Республикасында отандық тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының инновациялық өнімдернің негізгі бөлігін ұйым үшін жаңа болып табылатын жаңа немесе едеуір жетілдірілген тауарлар құрап отыр [80]. Ал тауар нарығы үшін жаңа болып табылатын тоқыма өнімдері 2013-2017 жылдары өндірілген, ал қазірге бүкіл әлем нарығы үшін жаңа болып табылатын инновациялық өнімдер өндірілмегені статистикалық мәліметтерден белгілі болып отыр (15-кесте).

Кесте 15 – Қазақстандық тоқыма кәсіпорындарының өткізілген инновациялық өнімдер (тауарлар, көрсетілетін қызметтер) көлемі, млн. теңге

№	Көрсеткіш атауы	2011	2012	2013	2015	2017	2018	2019
1	2	3	4	5	6	7	8	9
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	-	-	-	-	-	-	-
	Барлығы	606,3	2 019,9	3 103,4	3 684,2	1 596,3	6,0	6,2
<p>Ескертпе - 1) [81] мәліметтері негізінде автормен құрастырылды; 2) [51] мәліметтері негізінде 2012 жылға дейін ҚР инновация статистикасы бойынша бір салада өндірілген инновациялық өнімдер түрлерге бөлінбей тек жалпы көлемі көрсетілетін, ал 2013 жылдан бастап инновация статистикасы бойынша зерттеу халықаралық ұсынымдарға сәйкес жүргізіле бастады және «ұйым үшін», «тауар (қызмет) нарығы үшін» және «бүкіл әлем үшін» жаңа болып бөліп көрсетілетін болды</p>								

15-кесте мәліметтері бойынша отандық тоқыма кәсіпорындары тарапынан өндірілген инновациялық өнім (тауарлар, көрсетілетін қызметтер) көлемі 2011 жылы 606,3 млн. теңгені, 2012 жылы 2 019,9 млн. теңгені, 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 болып табылады, ал бұл салада қазіргі уақытқа дейін бүкіл әлем нарығы үшін жаңа болып табылатын жаңа немесе едәуір жетілдірілген тауарлар өндірілген жоқ.

Соңғы жылдарда өткізілген инновациялық тоқыма өнімдері көлемінің күрт төмендеуі, бұл тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігінің төмендеуімен түсіндіріледі. Себебі, қазіргі уақытта отандық тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігі төмен деңгейде қалып отыр. Инновациялық тұрғыдан белсенділіктің төмендігі тек тоқыма саласындағы

кәсіпорындарда ғана емес, жалпы республика бойынша басқа салаларда қызмет ететін кәсіпорындарда да айтарлықтай жоғары емес. Бұл ТМД-нің басқа да елдерінде осыдай жағдай байқалады. Ал салыстырмалы түрде қарастыратын болсақ, ЕО елдерінде кәсіпорындардың инновациялық белсенділігі орташа 48,9%-ды құрайды, ал Германияда – 66,9%, Италияда – 56,1%, Францияда – 53,4%, Ұлыбританияда – 50,3%, Польшада – 23% [82].

Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі Ұлттық статистика бюросының 2019 жылғы мәліметі бойынша тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының өнімдік және процестік инновациялар бойынша инновация саласындағы белсенділігі 2011-2017 жылдар аралығында республика бойынша жалпы кәсіпорындардың инновациялық белсенділігінің орташа деңгейінен жоғары болған, ал 2018-2019 жылдарда бұл көрсеткіш республикалық орташа деңгейден төмендеген (11-сурет).



Сурет 11 – ҚР бойынша кәсіпорындардың және тоқыма кәсіпорындарының өнімдік және процестік инновациялар бойынша инновация саласындағы белсенділік деңгейі, %-бен

Ескертпе – [81] негізінде автормен құрастырылды

11-сурет мәліметтерінен белгілі болғандай, республика бойынша кәсіпорындардың өнімдік және процестік инновациялар бойынша инновация саласындағы белсенділік деңгейі 2011 жылы 5,7% - ды құраған болса, 2019 жылы 7,5%-ға жеткен. Ал тоқыма кәсіпорындарының өнімдік және процестік инновациялар бойынша инновация саласындағы белсенділік деңгейі 2011 жылы 8,4%-ды құраған болса, 2013 жылы 13,3%-ға дейін жоғарылаған, ал одан кейінгі жылдарда бұл көрсеткіш жыл сайын біршама төмендеп, 2018 жылы 3,3%-ға дейін төмендеген, ал 2019 жылы 1%-ға өсіп, 4,3%-ды құрап отыр. Бұл жерде

айта кететін жайт инновациялық белсенділік деңгейі Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі Ұлттық статистика бюросы ұсынған әдістеме негізінде (1-формула) есептелген.

Отандық тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігінің төмен болып қалуына көптеген факторлар, атап айтсақ: саладағы бәсекелестіктің жоғарылығы, кәсіпорындардың негізгі құрал-жабдықтарының жай-күйі, қаржылық қамтамасыз етілуі, білікті кадрлар тапшылығы, қызметкерлер жалақысының төмендігі, жас мамандардың қызығушылығының төмендігі, кәсіпкерлердің инвестиция салуға қызығушылығының төмендігі және т.б. әсер етіп отыр. Кез-келген кәсіпорынның, оның ішінде тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігіне түрлі факторлар әсер етеді. Біз тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігіне әсер ететін негізгі факторларды сыртқы және ішкі факторларға бөліп қарастырамыз [83]. Сыртқы факторлар: мемлекеттің инновациялық саясаты, сұраныс пен ұсыныс, бәсекелестік, елдегі және әлемдегі экономикалық және саяси тұрақтылық. Ішкі факторлар: меншік нысаны, кәсіпорын көлемі, негізгі құралдардың жай-күйі, қаржылық қамтамасыз етілуі, кадрлық әлеует, басшылық буынның құзыреттілік дәрежесі.

Сыртқы факторларға - қоршаған экономикалық орта тарапынан кәсіпорынға әсер ететін факторлар жатады. Сыртқы факторларға кәсіпорынның бақыландыратын күштері жатады, бірақ олар кәсіпорынның ішкі үдерістеріне тікелей әсер етеді. Сонымен қатар сыртқы факторлар бәсекелестік артықшылықты дамыту үшін мүмкіндіктер мен ынталандырулар және сол арқылы компания үшін жаңа құндылық тудыруы мүмкін [12, б.146]. Әсіресе қазіргі жедел жаһандану кезеңінде сыртқы факторлар отандық тоқыма кәсіпорындарының қызметіне айтарлықтай ықпал етуде.

Біздің ойымызша отандық тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін арттыруда сыртқы факторлардың ішінде мемлекеттің инновациялық саясаты ең маңызды болып есептеледі. Әсіресе қазіргі жағдайда мемлекет өзінің экономикалық-қаржылық, құқықтық тетіктері арқылы тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін арттыруға тікелей және жанама ықпал ете алады. Сонымен қатар елдегі кәсіпорындардың инновациялық белсенділігін қамтамасыз ететін инновациялық инфрақұрылымның болуы қажет. Отандық тоқыма кәсіпорындары өздерінің инновациялық белсенділігін барынша арттыруға әрекет еткенімен, мемлекет тарапынан инновацияны ынталандыру шаралары жүзеге асырылмаса, олардың әрекеті тиімсіз болып қалуы мүмкін. Себебі тоқыма кәсіпорындарына инновацияны енгізу үшін қомақты қаржы ресурстарын қажет етеді. Сонымен қатар инновация кәсіпорын үшін жаңа болғандықтан оның тәуекелі жоғары қызмет түрі екендігі белгілі. Тәуекел деңгейі жоғары болғандықтан кәсіпорын жоспарлаған нәтижеге қол жеткізе алмауы да мүмкін. Сондықтан да отандық тоқыма кәсіпорындарының бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін олардың инновациялық белсенділігін арттыруға бағытталған арнайы қолдау шаралары қарастырылуы қажет деп есептейміз.

Бүгінгі таңда алысқа бармай-ақ, көрші Өзбекстан, Қырғызстан, Түрікменстан елдерімен салыстырғанда елімізде тоқыма өнеркәсібін мемлекеттік қолдау төмен деңгейде. Мысалы, Өзбекстанда жеңіл өнеркәсіптің дамуы бүгінде біз үшін қызықты қарқынмен жүріп жатыр. Сала үшін ауқымды және маңызды кәсіпорындар мемлекет кепілдігімен құрылуда [84]. Өзбекстан Республикасы Президентінің 2016 жылғы 21 желтоқсанда қабылданған «Тоқыма және тігін-трикотаж өнеркәсібін одан әрі дамыту жөніндегі 2017-2019 жылдарға арналған шаралар бағдарламасы туралы» қаулысына сәйкес тоқыма және тігін-трикотаж саласының азық-түлікке жатпайтын тұтыну тауарларын (маталар, дайын тігін бұйымдары, киім, бас киімдер, шұлық-ұйық бұйымдары, тоқыма галантереясы, тігін-трикотаж өнеркәсібіне арналған фурнитура мен аксессуарлар) шығаруға мамандандырылған кәсіпорындарға салықтық және кедендік жеңілдіктер, табыс және мүлік салығын төлеуден босату түріндегі преференциялар, микрофирмалар мен шағын кәсіпорындар үшін бірыңғай салық төлемінен, республикада өндірілмейтін импортталатын жабдықтар, жиынтықтаушы бұйымдар, шикізат пен материалдар үшін кеден төлемдерінен босатылды. Бір жылдан кейін, яғни 2017 жылғы 14 желтоқсандағы Өзбекстан Республикасы Президентінің «Тоқыма және тігін-трикотаж өнеркәсібін жедел дамыту жөніндегі шаралар туралы» Жарлығымен тоқыма өнеркәсібінің кәсіпорындары 2021 жылға дейін импортталатын мақта, жасанды және синтетикалық талшық, жүн, шикізат және республикада өндірілмейтін өндіріс үшін қажетті өзге де материалдар үшін кедендік төлемдерді төлеуден (ҚҚС пен кедендік ресімдеу үшін алымдардан басқа) қосымша босатылды [85]. Қырғызстанда халықты жұмыспен қамту мақсатында жеңіл өнеркәсіп кәсіпорындарын салық төлеуден босатқан. Жеңіл өнеркәсіп - бұл бірінші кезекте әлеуметтік бағыт. Бұл факторды ескере отырып, көптеген мемлекеттер, тек Қырғызстан ғана емес, басқа да дамыған елдер өнеркәсіптің осы түрін жоғары деңгейде қолдайды. Ең бастысы - адамдар жұмыс істейді. Қырғызстанда халықтың 30%-ы жеңіл өнеркәсіп кәсіпорындарында жұмыс істейді. Бұл үкіметтің ақылға қонымды қолдауымен жұмыс істейтін және ілгерілететін үлкен топ. Тоқыма кәсіпорындарынан салық алынбағанымен, олар азаматтарды жұмыс орындарымен қамтамасыз етіп отыр, ал мемлекет басқа көздер арқылы бюджетке кіріс алады [86]. Түрікменстанда соңғы 30 жылда жаңа тоқыма кәсіпорындарын салуға және жұмыс істеп тұрғандарын қайта жаңартуға 2 млрд. АҚШ доллары көлемінде инвестиция тартылды. Сондай-ақ Түрікменстан Президенті алға қойған міндеттерді шешу мақсатында сала кәсіпорындарын өндірістік-техникалық қайта жарақтандырудың және меншікті табиғи ресурстар негізінде инновациялық өндірістер құрудың салалық кешенді бағдарламасы әзірленді. Бұл бағдарлама қолжетімді баға бойынша жоғары сапалы меншікті тауарлардың кең ауқымы есебінен өнім импортын қысқартуға мүмкіндік береді. 2025 жылға дейін тоқыма өнеркәсібінде 30-дан астам жобаны іске асыруға 300 млн. АҚШ долларынан астам қаржы жұмсау жоспарланып отыр [87].

Қазақстанда отандық тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін арттыруда мемлекеттік қолдаудың тағы бір тетігі бұл мемлекеттік тапсырыс пен мақсатты субсидиялау жүйесін дамыту. Бұл тікелей ықпал ету факторы болып табылады. Халықаралық тәжірибеде мемлекеттік тапсырыстарды отандық кәсіпорындарға орналастыруға тырысады [88]. Өкінішке орай бүгінгі таңда отандық тоқыма кәсіпорындары өкілдерінің айтуынша тоқыма өнімдерінің ірі тұтынушылар болып табылатын ҚР Қорғаныс министрлігі мен ҚР Денсаулық сақтау министрлігі шетелдік тоқыма кәсіпорындарының өнімдерін тұтынуда. Олар мемлекеттік тапсырыс бойынша отандық тоқыма кәсіпорындарымен жасалған келісімнің шарттарын үнемі өзгертіп отырады [89]. Экономикалық тұрғыдан тұрақты елдердегі экономистердің көпшілігі жеке капитал мемлекеттің қатысуынсыз ғылыми және технологиялық даму мәселесін шеше алмайды деп мойындайды. Мемлекет жаңа жобаларға арналған субсидиялаудың мақсатты бағдарламаларын іске асыра отырып, қаражаттың шектеулі болуына қарамастан, саланың инновациялық дамуына тендерлер ұсыну арқылы инновациялық саладағы бәсекелестікті ынталандырады және ең перспективалы жобаларды жүзеге асыруға мүмкіндік береді [90].

Тоқыма кәсіпорындарының инновацияны енгізуден көздеген негізгі мақсаты өз жаңалығынан көбірек әрі ұзақ мерзімді пайда алу, нарықта бәсекелестік артықшылыққа ие болу. Бұл кәсіпорынның инновациялық белсенділігін қамтамасыз етуге тікелей және жанама ықпал ететін факторлар. Кәсіпорындардың осы мақсаттарына қол жеткізуі үшін ғылыми әзірлемелерді коммерцияландыру, кәсіпорынның жаңалықтарын заңмен қорғау (патент, ноу-хау, т.б.), әділ бәсекелестік қамтамасыз етілуі қажет.

Жалпы мемлекеттің инновациялық саясаты шеңберінде тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін ынталандыру мақсатында жеңілдетілген несиелер, салықтық жеңілдіктер және т.б. тетіктерді де пайдалануға болады.

Тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін арттыруда келесі фактор тоқыма өнімдеріне сұраныс пен ұсыныстың болуы. Себебі жаңа немесе айтарлықтай жетілдірілген тоқыма өнімдеріне сұраныс туындаған жағдайда, оларды өндіруге ұсыныс та пайда болады, бұл тоқыма кәсіпорындарын жаңашылдықты нарыққа шығаруға ынталандырады. Қазіргі уақытта елімізде халықтың тұрмыс деңгейі жақсарып келеді, бұл халықтың сапалы өнімге деген сұранысын арттыруда. Әсіресе тұтыну деңгейі бойынша азық-түлік тауарларынан кейін, көп тұтынылатын жеңіл өнеркәсіп тауарлары болып табылады. Бүгінгі таңда елімізде тұтынушылар тарапынан бағасы жоғары болса да, шетелдік өнімдерге сұраныс артып отыр, себебі олардың сапасы жоғары. Бұл отандық тоқыма кәсіпорындарына саладағы соңғы өзгерістерді ескере отырып сапалы, инновациялық тоқыма өнімдерін өндіру қажеттігін көрсетеді.

Тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін ынталандырудың елеулі факторының бірі бәсекелестік. Бұл кәсіпорындарды Осло нұсқаулығында көрсетілген 4 типтегі инновацияларды: өнімдік инновация,

процестік инновация, маркетингтік инновация және ұйымдастыру инновациясын [11, б.21] іске асыруға ынталандырады. Бәсекелестік жағдайында тоқыма кәсіпорындары өзінің өнімдерінің бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін өнімнің сапасын жақсартуға, өндіріс үдерісіне жаңа технологияны енгізуге, жеткізіп берудің оңтайлы бағдарын ұсынуға, маркетингтің жаңа әдістерін, жаңа ұйымдастырушылық әдістерді енгізуге талпынады.

Елдегі және әлемдегі экономикалық және саяси тұрақтылық. Бұл тоқыма өнеркәсібіне тікелей ықпал ететін фактор болып есептеледі. Ел экономикасының құлдырауы халықтың тұтыну қабілеттілігіне тікелей ықпал етеді, ал әлемдік деңгейдегі экономикалық дамудың төмендеуі отандық тоқыма өнімдерінің экспортын төмендетеді. Сондықтан да отандық тоқыма кәсіпорындары тек бір нарықпен (ішкі нарық немесе тек экспортқа бағдарланбай) шектелмей, олардың арасында пропорция сақтауы қажет. Яғни ішкі нарықта да өз тұтынушыларына ие болуы қажет және өндірген өнімінің бір бөлігін экспортқа да шығаратын әлеуетінің болғаны дұрыс.

Ал тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігіне әсер ететін ішкі факторларды қарастыратын болсақ, тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігіне ықпал ететін ішкі факторлардың бірі меншік нысаны болып табылады. Себебі кәсіпорын стратегиялық даму жоспарын жүзеге асыру үшін оның алдағы уақытта жетістікке жетуіне мүдделі тарап болуы қажет, ол әрине меншік иесі болып есептеледі. Статистикалық мәліметтерге сәйкес елімізде жұмыс істеп тұрған 322 тоқыма кәсіпорындары бар, олардың барлығы меншік нысаны бойынша жеке секторға тиесілі (16-кесте).

Кесте 16 – Қазақстан Республикасындағы жұмыс істеп тұрған меншік нысаны бойынша тоқыма бұйымдарын өндіретін кәсіпорындар, 2019 ж., кезең соңына

Тоқыма бұйымдарын өндіретін кәсіпорындар	Барлығы	Соның ішінде меншік нысандары бойынша				
		мемлекеттік	жеке барлығы	оның ішінен		шетелдік
				мемлекеттің қатысуымен (шетелдің қатысуынсыз)	бірлескен кәсіпорындар (шетелдің қатысуымен)	
Барлығы	322	-	303	1	10	19
Шағын	308	-	291	-	9	17
Орта	6	-	6	1	1	-
Ірі	8	-	6	-	-	2
Ескертпе – [51] негізінде автормен құрастырылды						

16-кестеге сәйкес елімізде 2019 жылы жұмыс істеп тұрған тоқыма кәсіпорындарының 303-і жеке, 19-і шетелдік кәсіпорындар, ал толық мемлекетке тиесілі бірде-бір тоқыма кәсіпорыны жоқ. Жұмыс істеп тұрған тоқыма кәсіпорындарының 96%-ы шағын, 2%-ы орта және 2%-ы ірі кәсіпорындар. Меншік нысаны бойынша тоқыма кәсіпорындарының толық

жеке секторларға тиесілі болуы, нарықта әділ бәсекелестік ортаның қалыптасуына оң ықпал етеді және олардың инновациялық белсенділігін арттыруға қызығушылығының жоғары болатындығымен ерекшеленеді. Себебі меншік иесі өз мүлкінен болашақта көбірек пайда алу жолдарын үнемі қарастырып отырады және компанияның ұзақ мерзімді пайда алуын қамтамасыз ету мақсатында инновациялық әзірлемелерге белсенді қатысады.

Келесі ішкі фактор кәсіпорын көлемі, оның шағын, орта, ірі кәсіпорын санатына жататынын айқындайды. Инновациялық жобаларды енгізу үшін тартылған инвестициялардың болуымен көлемі көп жағдайда кәсіпорынның мөлшеріне байланысты – шағын және орта бизнестің ірі ұйымдармен салыстырғанда инновациялық жобаларды қаржыландыру үшін мүмкіндігі әлдеқайда аз [91]. Біздің отандық тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігінің төмен деңгейде болуының негізгі себебінің бірі олардың арасында ірі кәсіпорындардың аз екендігіне де байланысты болуы мүмкін. Жоғарыда қарастырып өткен статистикалық мәліметтерге сәйкес республика бойынша тоқыма кәсіпорындарының тек 2%-ы ғана ірі кәсіпорындар болып табылады. Дегенмен өз мөлшеріне қарамастан, кәсіпорындар бәсекелестік нарықта тұрақты өзгеріп отыратын ортада жетістікке жету үшін өзгерістерді басқару сияқты инновациялық, стратегиялық басқаруды іске асыруы қажет.

Тоқыма кәсіпорындарының өндіріс үдерісінде пайдаланатын негізгі құралдардың жай-күйі олардың инновациялық дамуы үшін тікелей маңызды фактор болып есептеледі. Өйткені тозығы жеткен және ескірген жабдықтар іс жүзінде инновациялық технологияларды пайдалануға мүмкіндік бермейді және оны жұмыс жағдайында ұстау үшін жүйелі түрде қосымша күрделі салымдарды талап етеді. Саланың ерекшелігіне байланысты инновацияларды енгізу заманауи жабдықтарға сұранысты қажет етеді. Отандық кәсіпорындарда жабдықтарды жаңарту коэффициенті жылына 3 - 4%-ды құрайды, бұл несиелік және меншікті қаражат есебінен жүзеге асырылады, ал шетелдік фирмаларда бұл көрсеткіш 15-17% -ды құрайды, яғни 5 есеге көп және бұл едәуір дәрежеде мемлекет тарапынан инвестициялық қолдаумен байланысты [92].

Тоқыма кәсіпорынының қаржылық қамтамасыз етілуі оның инновациялық белсенді болуының негізгі факторының бірі болып табылады. Себебі көп жағдайда толық қаржыландырусыз өндірістік көрсеткіштерді жақсартуға қол жеткізу өте қиын. Әрине, әлемдік тәжірибеде керісінше қаржыландырудың шектеулілігінен инновациялық әзірлемелерді жасауға талпынып, нәтижесінде кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін айтарлықтай арттырған жағдайлар да кездеседі, бірақ бұл өте сирек жағдай [91, б.1209]. Инновация бұл көбірек ғылыми-зерттеу жұмыстарының нәтижесінен шығатыны белгілі. Кәсіпорынның қаржылық қамтамасыз етілуі оның ҒЗТКЖ жүргізуіне, заманауи жабдықтармен қамтамасыз етілуіне, білікті мамандардың болуына мүмкіндік туғызады.

Тоқыма кәсіпорындарында қызметкерлерінің жаңашылдыққа қажетті кәсіби біліктілік деңгейін анықтайтын кадрлық әлеует маңызды фактор болып табылады. Себебі білікті кадрларсыз заманауи және барынша автоматтандырылған жабдық тиімді жұмыс істей алмайды. Сонымен қатар,

қызметкер өз қызметіне жаңалықтарды енгізу туралы шешім қабылдаған кезде, еңбек үдерісіне бастамашылық, мүдделілік, жауапкершілік танытады, бұл, әрине, жұмыстың сапасына әсер етеді, ал инновациялық үдеріс, өз кезегінде, жылдамдыққа ие болады, сонымен қатар өзін-өзі іске асыру мен шығармашылықта «жоғары қажеттіліктер» қанағаттандырылады [93].

Тоқыма кәсіпорындарында инновациялардың тиімді іске асуы басшылық буынның құзыреттілік дәрежесінде тікелей байланысты. Өйткені кәсіпорын басшылығының инновацияға қатысты ұстанымы маңызды, олардың біліктілігі, қызығушылықтары мен өндірістік үдерістерді жақсартуға қатысу деңгейі, сондай-ақ инновация тәуекелі жоғары болуына байланысты пайда болатын қажеттіліктерді алдын ала болжауда жеке қасиеттері мен салада мол тәжірибеге ие болуы қажет.

Сонымен қатар тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігіне әсер ететін факторлардың ішінен Борщёва Н.Л., Федосова Р.Н., Юссуф А.А. әдістемесі бойынша [94] корреляциялық модель нәтижесінде алынған отандық тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігімен тығыз байланысты деп өткізілген инновациялық өнімнің көлемі, ірі және орта кәсіпорындар саны, экспортқа шығарылған өнім көлемі, негізгі капиталға инвестициялар, жұмысшылардың орташа жалақысы сияқты макро орта факторлары танылды. Осы аталған факторлардың отандық тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігіне әсерін регрессиялық талдау үшін 17-кестеде статистикалық мәліметтерден пайдаланамыз.

Кесте 17 - Регрессиялық талдауға қажетті тоқыма өнеркәсібі саласының макро орта факторларының статистикалық мәліметтері

Жыл	Тоқыма кәсіпорындағы инновациялық белсенділігі, %	Өткізілген инновациялық өнімнің көлемі, млрд. теңге	Ірі және орта кәсіпорындар саны	Экспорт көлемі, млрд. теңге	Негізгі капиталға инвестициялар, млрд.теңге	Орташа айлық номиналды есептелген жалақы, мың теңге
2010	3,7	0,22	34	18,3	10,07	35,58
2011	8,4	0,6	36	20	3,87	38,26
2012	10,1	2,02	35	19,5	2,07	43,49
2013	13,3	3,1	32	28,1	4,96	47,84
2014	9,6	2,93	33	22,1	4,12	52,31
2015	9,9	3,68	21	33,3	5,73	57,31
2016	9,9	4,8	19	50,4	3,28	68,46
2017	7,5	1,59	17	71,3	1,07	71,53
2018	3,3	0,01	16	63,9	7,35	83,97
2019	4,3	0,01	14	70,8	7,68	90,73
2020	8,2	0,01	14	63,5	2,91	87,18

Ескертпе – 1) [51] мәліметтері негізінде автормен құрастырылды;
2) экспорт көлемі АҚШ долларында көрсетілген статистикалық мәлімет Ұлттық Банктің жылдық орташа валюта бағамы бойынша теңгеге ауыстырылды

17-кестеде Қазақстан Республикасында 2010-2020 жылдар аралығындағы тоқыма саласындағы кәсіпорындардың инновациялық белсенділігі, өткізілген инновациялық өнімнің көлемі, ірі және орта кәсіпорындар саны, Экспортқа шығарылған өнім көлемі, негізгі капиталға салынған инвестициялар және тоқыма кәсіпорындары жұмысшыларының орташа айлық номиналды есептелген жалақы мөлшері туралы мәліметтер көрсетілген.

Инновацияларды табысты іске асыру кәсіпорындар үшін жаңа мүмкіндіктер ашады, бірақ бүгінгі таңда көптеген отандық кәсіпкерлер инновациялық қызметті іске асырудағы қиындықтар мен тәуекелдердің жоғары екендігін ескере отырып оны жүзеге асырудан бас тартып отыр. Жоғарыда қарастырып өткен тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігіне әсер ететін негізгі факторларды дер кезінде анықтап, олардың кәсіпорын қызметіне ықпалын алдын-ала бағалай білу бұл кәсіпорынның қызметінде кездесетін қиындықтар мен тәуекелдердің алдын алуға және оның салдарын барынша төмендетуге оң септігін тигізеді.

Қазіргі жағдайда елімізде тоқыма кәсіпорындарының бәсекеге қабілеттілігін арттырудың бірден-бір жолы олардың инновациялық белсенділігін арттыру болып табылады. Тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігі, олардың қолда бар ресурстарын жұмылдыру және тиімді пайдалану қабілетіне байланысты. Инновациялық белсенділікті арттыру бүгінгі күні кәсіпорынның ұзақ мерзімді бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ету үшін қажет. Сондықтан да зерттеу барысында белгілі болған тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігіне тікелей және жанама әсер ететін негізгі факторларды дер кезінде анықтау тоқыма кәсіпорындарының ішкі, аймақтық, республикалық және халықаралық деңгейде экономикалық және саяси өзгерістер жағдайында табысты қызмет етуінің кепілі болып табылады. Тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігіне әсер ететін ішкі және сыртқы факторларды талдау, олардың кәсіпорын қызметінде қаншалықты маңызды екендігін көрсетіп отыр. Сонымен қатар бұл факторларды талдау, олардың кәсіпорын қызметіне әсерін алдын-ала болжауға мүмкіндік береді. Бұл тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін тиімді басқаруға және нәтижелі жұмыс атқаруға оң ықпал етеді.

Корреляциялық-регрессиялық талдау негізінде тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігінің көпфакторлы моделін құрамыз:

$$\hat{y} = f(x_1, x_2, \dots, x_n) \quad (4)$$

Көптік регрессия теңдеуін құру тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігі шамасына әсер етуші елеулі факторларды іріктеуге мүмкіндік береді.

Талдауға қажетті бастапқы мәліметтер 17-кестеде келтірілген.

Факторларды іріктеуді корреляциялық талдау әдістемесін қолданып, корреляция коэффициенттерін есептеу арқылы орындаймыз (18-кесте).

Есептеулер Microsoft Excel мәліметтерді талдау құралдары көмегімен жүргізілді.

Кесте 18 – Жұптық корреляция коэффициенттер матрицасы

Факторлар	y	x1	x2	x3	x4	x5
y	1					
x1	0,744	1				
x2	0,356	0,154	1			
x3	0,406	-0,286	-0,946	1		
x4	-0,614	-0,365	0,028	-0,107	1	
x5	-,371	-0,267	-0,948	0,943	-0,038	1
Ескертпе – автормен есептеліп құрастырылды						

Нәтижелік көрсеткіш ретінде (y) тоқыма өнеркәсібі бойынша жалпы кәсіпорындар ішінде инновациялық белсенді кәсіпорындар бөлігін сипаттайтын кәсіпорындардың инновациялық белсенділігі таңдалды. Кәсіпорындардың инновациялық белсенділігіне әсері бар факторлар: өткізілген инновациялық өнімнің көлемі (x1), ірі және орта кәсіпорындар саны (x2), экспортқа шығарылған өнім (x3), негізгі капиталға инвестициялар (x4), орташа айлық номиналды есептелген жалақы (x5).

Жұптық корреляция коэффициенттер матрицасы x2 факторы x3 ($r_{x2x3}=-0.946$) және x5 ($r_{x2x5}=-0.948$) факторларымен өзара байланыс бар болуы ықтималдығын көрсетеді. Сондықтан аталған аталған факторлардың бірін талдаудан шығару қажет, өйткені регрессия коэффициенттерін бағалау дұрыс болмауы мүмкін. Талдаудан шығару үшін x₂ факторлық белгісін таңдаймыз. Сонда жұптық корреляция коэффициенттерінің жаңа матрицасын аламыз (19-кесте).

Кесте 19 - Жұптық корреляция коэффициенттер матрицасы

Факторлар	y	x1	x3	x4	x5
y	1				
x1	0,745	1			
x3	-0,406	-0,286	1		
x4	-0,614	-0,365	-0,107	1	
x5	-0,371	0,267	0,943	-0,0386	1
Ескертпе – автормен есептеліп құрастырылды					

19-кестеден көрініп тұрғандай, x₃ пен x₅ ($r_{x3x5}=0.943$) факторларының жұптық корреляция коэффициенті шамасы жоғары болып тұр. Сондықтан талдаудан x₃ факторлық белгісін шығарамыз. Нәтижесінде талдауда елеулі факторлар ғана қалады, жұптық корреляция коэффициенттерінің жаңа матрицасы анықталады (20-кесте).

Кесте 20 - Жұптық корреляция коэффициенттер матрицасы

Факторлар	y	x1	x4	x5
y	1			
x1	0,745	1		
x4	-0,614	-0,365	1	
x5	-0,371	0,267	-0,0386	1
Ескертпе – автормен есептеліп құрастырылды				

Факторлар іріктелгеннен кейін тәуелді айнымалыны 2021-2024 жылдарға көпфакторлы болжамдау үшін регрессия теңдеуін таңдаймыз. Кәсіпорындардың инновациялық белсенділігінің (y) елеулі факторларға тәуелділігін сызықтық көптік регрессия түрінде іздейміз:

$$\hat{y} = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + a_3x_3 \quad (5)$$

мұндағы a_0, a_1, a_2, a_3 - регрессия коэффициенттері, ең кіші квадраттар әдісімен анықталады;

факторлық белгілер: x_1 - өткізілген инновациялық өнімнің көлемі,

x_2 - негізгі капиталға инвестициялар,

x_3 - орташа айлық номиналды есептелген жалақы.

Ең кіші квадраттар әдісімен параметрлерін бағалау нәтижесінде регрессия теңдеуін келесі түрде анықтадық:

$$\hat{y} = 11,202 + 0,949x_1 - 0,503x_2 - 0,039x_3.$$

Регрессиялық талдау орындалуының хаттамасы Д-қосымшада берілген.

Регрессия теңдеуінің сапасын тексереміз.

Детерминация коэффициенті келесідей анықтаймыз:

$$R^2 = \frac{\sum(\hat{y} - \bar{y})^2}{\sum(y - \bar{y})^2} = \frac{72,356}{96,996} = 0,746$$

Детерминация коэффициентінің шамасы кәсіпорындардың инновациялық белсенділігінің 74,6% өзгеруі өткізілген инновациялық өнімнің көлемі, негізгі капиталға инвестициялар және орташа айлық номиналды есептелген жалақыға тәуелді екенін білдіреді.

Көптік корреляция коэффициентін есептейміз

$$R = \sqrt{R^2} = 0,8637, 0 \leq R \leq 1.$$

Көптік корреляция коэффициентінің шамасы бірге жақын болуы нәтижелік белгі мен зерттеліп отырған факторлар арасында тығыз байланыс бар екенін көрсетеді.

Құрылған модель маңыздылығын Фишер критерийі көмегімен тексереміз. Мұнда генералдық дисперсиялар теңдігі жайлы H_0 гипотезасы қойылады, яғни тәуелділіктің кездейсоқ табиғаты жайлы гипотеза тексеріледі.

$$F = \frac{R^2}{1-R^2} \cdot \frac{n-m-1}{m} = \frac{0,746}{1-0,746} \cdot \frac{11-3-1}{3} = 6,852.$$

Фишердің F-критерийінің кестелік мәні $F_{\text{кест}}(3,7,0.05)=0.017$. Сонда $F > F_{\text{кест}}$ болғандықтан теңдеудің жалпы статистикалық маңыздылығы анықталады.

Көптік корреляция коэффициентінің Стьюденттің t-критерийін есептейміз

$$t = \frac{R}{\sqrt{1-R^2}} \cdot \sqrt{n-m-1} = \frac{0,8637}{\sqrt{1-0,746}} \cdot \sqrt{11-3-1} = 8,996.$$

Кестелік мәнмен салыстыра отырып $t > t_{\text{кест}}(3.991)$, корреляция коэффициентінің маңызды екенін көреміз.

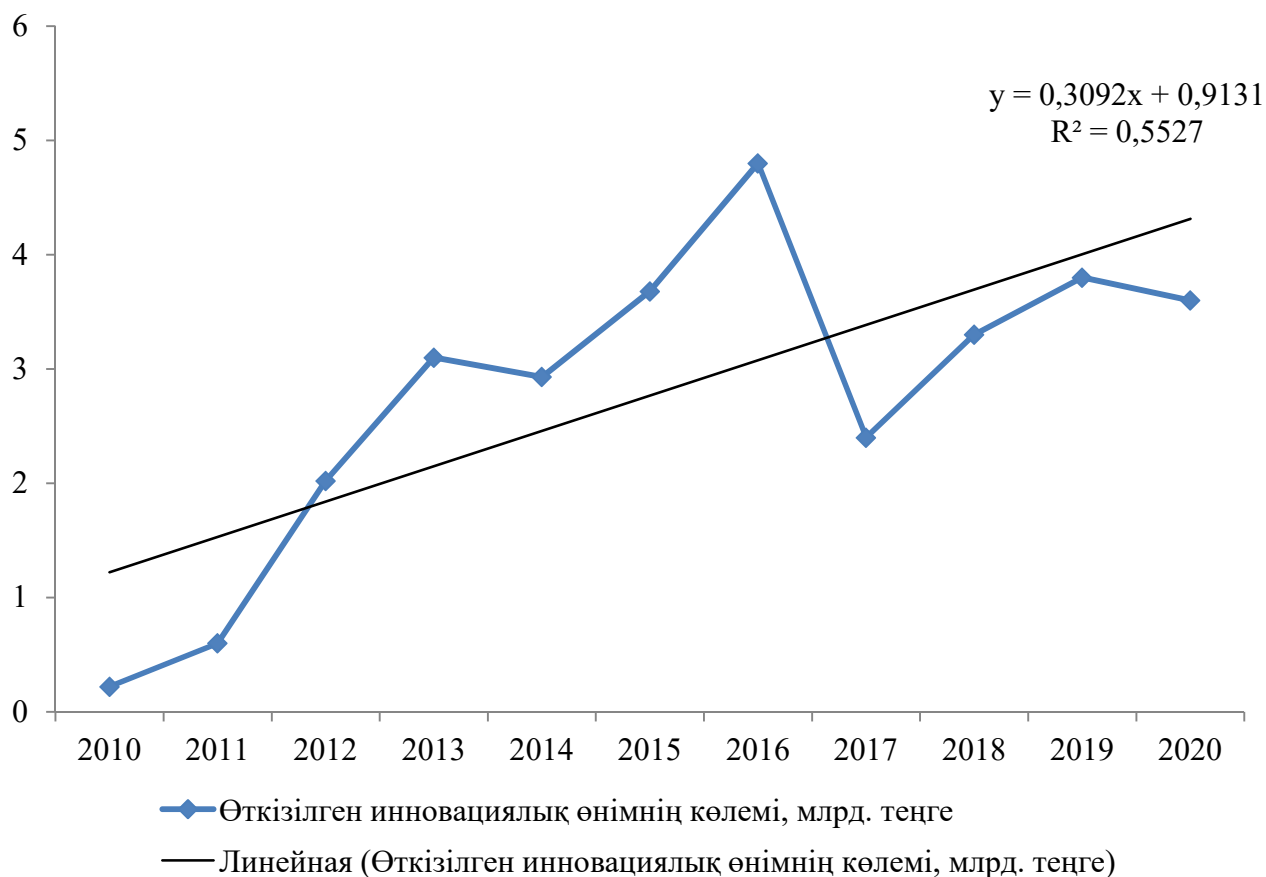
Тексерілген тесттерден кейін құрылған модель адекватты деп саналады, сонда модель бойынша болашаққа болжам жасауға болады.

Тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін 2020-2024 жылдарға болжамдау үшін 2010-2020 жылдарға берілген динамикалық мәліметтер негізінде факторлық белгілердің болжамды мәндерін анықтау қажет. Көпфакторлы модельде x_1, x_2, x_3 факторлық белгілері бар болғандықтан, болжамды мәндерді сәйкес уақыт қатарлары үшін сызықтық модель формуласы бойынша ізделінеді:

$$\hat{y} = a_0 + a_1 t \quad (6)$$

Зерттеліп отырған көрсеткіштің болжамды мәндері болжам периодына сәйкес t уақыт мәндерін қисық теңдеуіне қою арқылы есептеледі. Осы түрде алынған болжам нүктелік деп аталады, өткені әр уақыт сәтіне сай болжам көрсеткішінің бір ғана мәні анықталады.

Зерттеуде уақыт қатарларын болжамдауды тегістеуден кейін жылжымалы орта әдісімен орындалды. Уақыт қатарларын тегістеу барысында аномалды деңгейлері зерттеуден шығарылды.



Сурет 12 - Өткізілген инновациялық өнімнің көлемі, млрд. теңге

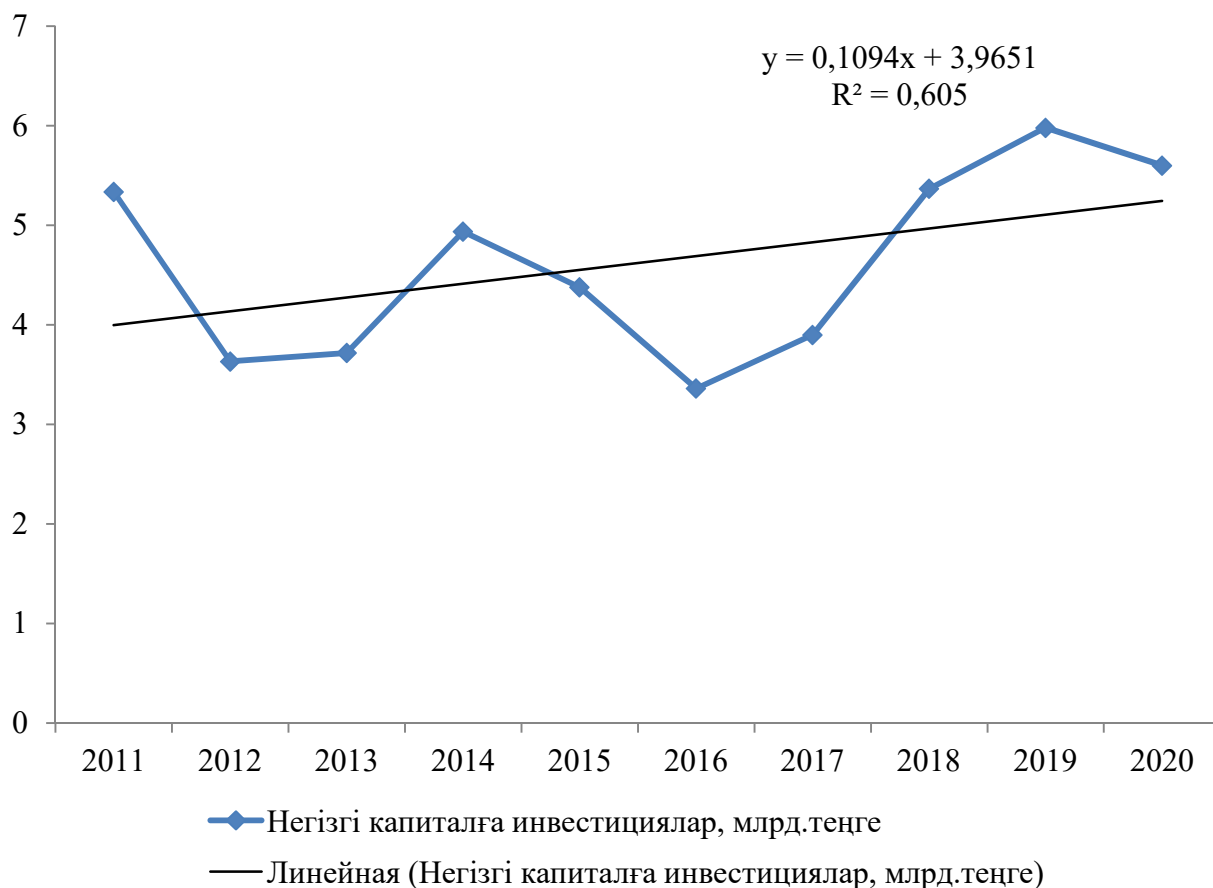
Ескертпе – мәліметтер негізінде автормен есептеліп құрастырылды

Детерминация коэффициентінің шамасы бірге жақын болғандықтан, x_1 факторы үшін келтірілген модель бойынша болжамдауға болады.

Кесте 21 - x_1 факторлық белгісін болжамдау

Көрсеткіш	Жылдар	Болжамды мәндер
x_1	Модель теңдеуі: $\hat{y} = 0,4889t + 0,2686$	
	2021	6,1386
	2022	6,6282
	2023	7,1175
	2024	7,7068
Ескертпе – мәліметтер негізінде автормен есептеліп құрастырылды		

21-кестеде сызықтық модель негізінде өткізілген инновациялық өнімнің көлемі 2021-2024 жылдарда артады деп болжам жасай аламыз.



Сурет 13 - Негізгі капиталға инвестициялар, млрд.теңге

Ескертпе – мәліметтер негізінде автормен есептеліп құрастырылды

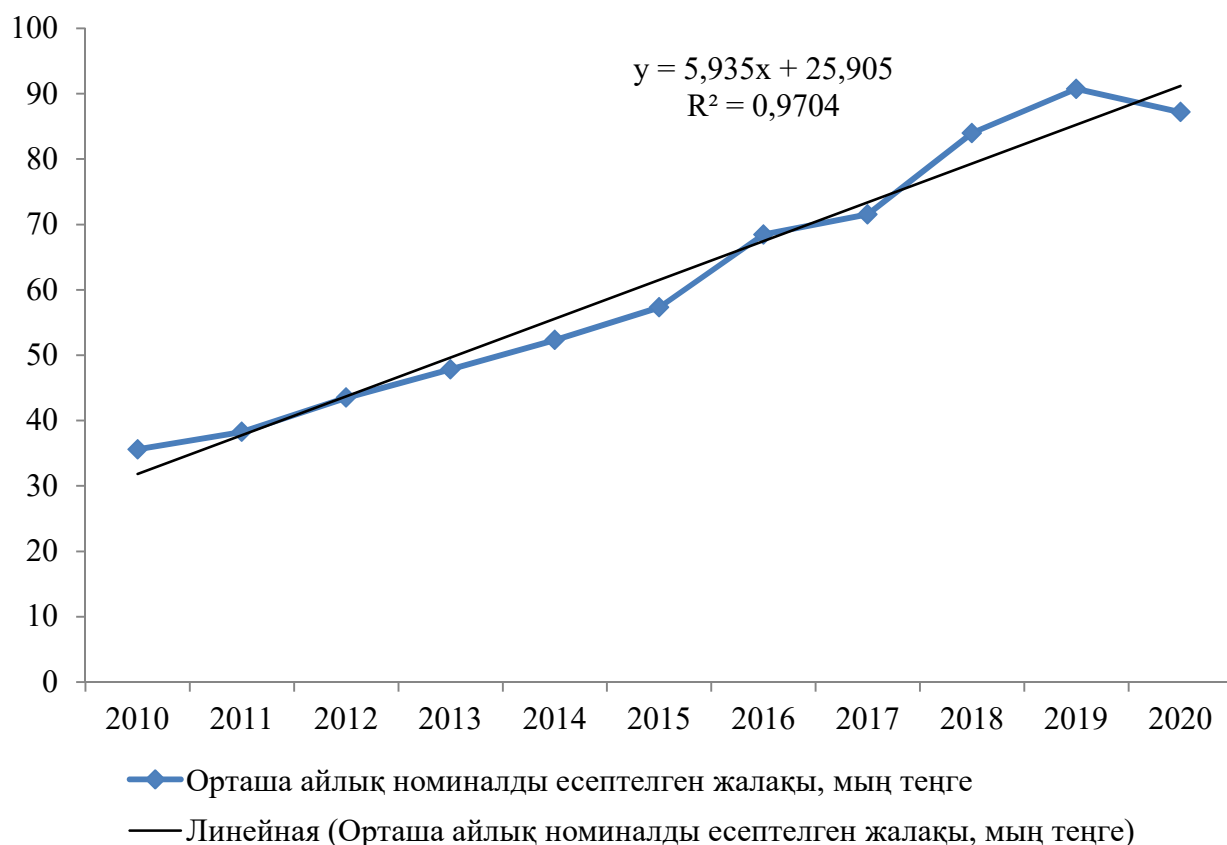
13-суретте тегістелген қатар және оның сызықтық моделі көрсетілген, соның негізінде x_2 факторлық белгісінің шамасын 2021-2024 жылдарға болжамдай аламыз.

x_2 факторлық белгісін болжамдау бойынша есептеулерді 22-кестеде қарастырамыз.

Кесте 22 – x_2 факторлық белгісін болжамдау

Көрсеткіш	Жылдар	Болжамды мәндер
x_2	Модель теңдеуі: $\hat{y} = 0,1094t + 3,2686$	
	2021	5,1683
	2022	5,2777
	2023	5,3871
	2024	5,4965
Ескертпе – мәліметтер негізінде автормен есептеліп құрастырылды		

22-кестеде көрсетілген сызықтық модель негізінде негізгі капиталға инвестицияларды 2021-2024 жылдарда артады деп болжам жасай аламыз.



Сурет 14 - Орташа айлық номиналды есептелген жалақы, мың теңге

Ескертпе – мәліметтер негізінде автормен есептеліп құрастырылды

Динамикалық қатардың мәліметтеріне адекватты болатын тренд теңдеуі 14 - суретте көрсетілген. Анықталған теңдеу бойынша болжам 23-кестеде келтірілген.

Кесте 23 – x_3 факторлық белгісін болжамдау

Көрсеткіштер	Жылдар	Болжамды мәндер
x_3	Модель теңдеуі: $\hat{y} = 5,935t + 25,905$	
	2021	103,06
	2022	108,995
	2023	114,93
	2024	120,865
Ескертпе – мәліметтер негізінде автормен есептеліп құрастырылды		

23-кестеде көрсетілген сызықтық модель негізінде орташа айлық номиналды есептелген жалақы көлемін 2021-2024 жылдарда артады деп болжам жасай аламыз.

Факторлық белгілер болжамына сәйкес нәтижелік белгінің 2021-2024 жылдарға мәндерін көпфакторлы регрессия моделі негізінде болжамдаймыз.

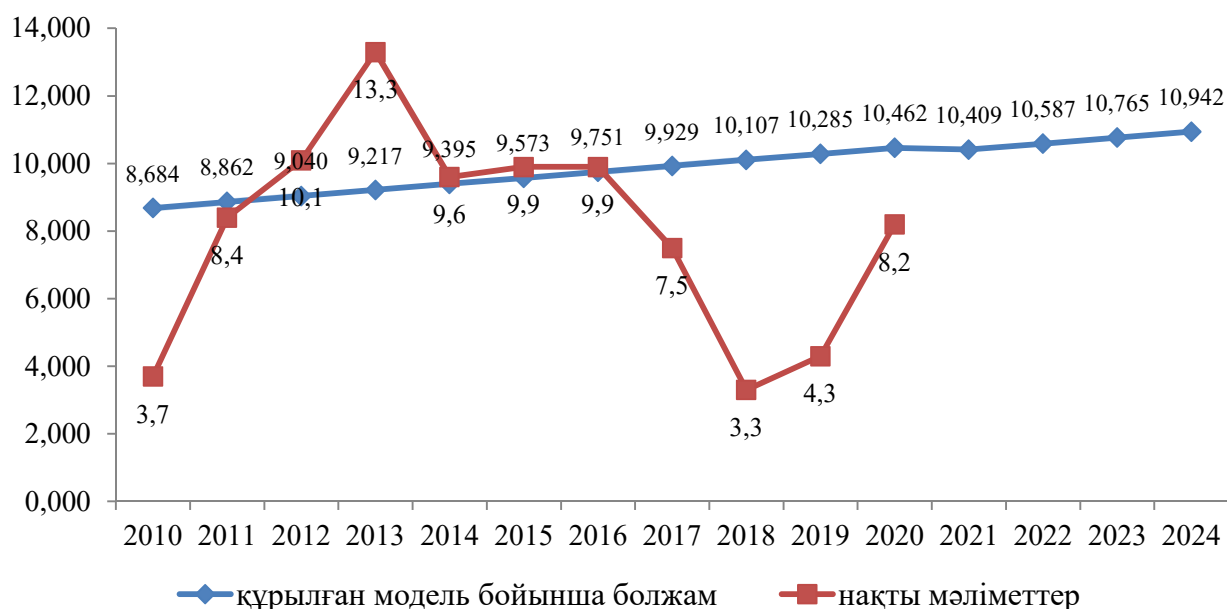
Кесте 24 – Тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігі көрсеткішінің болжамды мәндері (%)

$$\hat{y} = 11,202 + 0,949x_1 - 0,503x_2 - 0,039x_3$$

Жылдар	Болжамды мәндер	Көптік регрессия параметрлерін бағалау
2021	10,409	$R^2=0,746$ $F_{есеп}=15,2314$ $F_{кесте}=0,1896$ $t_{кр}=0,005$ $t_0=3,991$ $t_1=0,392$ $t_2=-2,092$ $t_3=-1,247$
2022	10,587	
2023	10,765	
2024	11,037	
Ескертпе – мәліметтер негізінде автормен есептеліп құрастырылды		

Сызықтық көпфакторлы регрессия негізінде табылған болжамды шамалар 24-кестеде келтірілді және мүмкін болатын қателік шеңберінде орналасқан, сондықтан жаңа жоспарлы көрсеткіштерді құруға қарастырылуы мүмкін.

Тоқыма өнеркәсібіндегі кәсіпорындардың жалпы санында инновациялық кәсіпорындардың үлес салмағын анықтау үшін регрессиялық модельге кілттік факторларға табылған мәндерін қою арқылы есептелді. Табылған мәндер 15-суретте келтірілді.



Сурет 15 - Тоқыма кәсіпорындарының жалпы санында инновациялық белсенді кәсіпорындардың үлес салмағы, %

Ескертпе – мәліметтер негізінде автормен есептеліп құрастырылды

Жүргізілген корреляциялық-регрессиялық талдаулардан инновациялық белсенділікті арттыру мақсатымен тоқыма өнеркәсібіндегі кәсіпорындарының дамуында қолайсыз үдерістерді болдырмаудың басымды бағыттарын анықтады. Зерттеу нәтижесінде анықталғандай отандық тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігі өткізілген инновациялық өнімнің көлемі, ірі және орта кәсіпорындар саны, Экспортқа шығарылған өнім көлемі, негізгі капиталға инвестициялар, жұмысшылардың орташа жалақысы сияқты факторлармен тығыз байланысты.

Елімізде 2018-2020 жылдар аралығында өткізілген инновациялық өнім көлемі соңғы жылдары күрт төмендеп кеткен. Бұл тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігінің төмендеуімен тікелей байланысты. Ірі және орта кәсіпорындар саны да отандық тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігіне тікелей әсер етеді екен. Демек алдағы уақытта мемлекет тарапынан осындай кәсіпорындарды ашудың, қызмет етіп тұрғандарын жаңғырту мәселелерін қарастыру қажет. Экспорт көлемінде инновациялық белсенділікке әсер ететіні байқалды. Мүмкіндігінше экспорт көлемінде арттырып отыруға жағдай жасау қажет, бұл отандық кәсіпкерлердің де қызығушылығын арттыратыны сөзсіз. Негізгі капиталға инвестициялар көлемі де инновациялық белсенділікті арттыруға ықпал етеді. Өйткені инновациялар көп қаржы-қаражатты, жаңа құрал-жабдықтар мен технологияларды қажет етеді. Тоқыма саласындағы жұмысшылардың орташа жалақысы да инновациялық белсенділікті арттыруда маңызды болып отыр. Жалақының аздығы тоқыма кәсіпорындарындағы кадрлар тұрақтамауына алып келуі мүмкін.

Кәсіпорындардың инновациялық белсенділігіне әсер етуші кілттік факторлар анықталды, регрессиялық модель құрастырылды. Тоқыма өнеркәсібіндегі кәсіпорындардың жалпы санында инновациялық кәсіпорындардың үлес салмағының өзгеруінің 2021-2024 жылдарға арналған болжамды мәні анықталды. Болжамға сай мәндерді байқасақ, 2021 жылы 2020 жылмен салыстырғанда шамалы төмендейді, яғни ұсынылған шаралар уақыт өте келе нәтижесін береді. 2024 жылға қарай Қазақстандағы тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділік деңгейі 10,9%-ға жетеді деп болжамнып отыр.

Жалпы қорыта айтатын болсақ, тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігіне әсер ететін факторлар ішкі және сыртқы болып екіге бөліп қарастырылды. Корреляциялық - регрессиялық талдаулар нәтижесінде көптеген факторлардың ішінен отандық тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігімен тығыз байланысты деп танылған өткізілген инновациялық өнімнің көлемі, ірі және орта кәсіпорындар саны, Экспортқа шығарылған өнім көлемі, негізгі капиталға инвестициялар, жұмысшылардың орташа жалақысы сияқты макро орта факторлары алдағы уақытта өсіп отыратын болса сәйкесінше отандық тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін арттыруға оң ықпал ететін болады.

2.3 Тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқаруды қамтамасыз ететін инновациялық әлеуетті талдау

Отандық тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін, олардың инновациялық әлеуетін нақты кәсіпорындар мысалында қарастыру және талдау жүргізу үшін ғылыми зерттеулер барысында тоқыма кәсіпорындарының басшыларымен, менеджерлерімен, қызметкерлерімен сұқбат және сауалнама жүргіздік. Сауалнамаға негізгі қызметі тоқыма саласымен байланысты 75 кәсіпорын қатысты. Сауалнама сұрақтары (А-Г қосымшалар) респонденттерге түсінікті болуы үшін барынша қарапайым етіп дайындалды. Жүргізілген сауалнама нәтижесі бойынша респонденттердің 78%-ынан (58 кәсіпорын) толық мәлімет алынды, ал қалған респонденттерден толық мәлімет алу мүмкін болмады.

Сауалнама және сұқбаттасу нәтижелері негізінде инновациялық белсенділік талаптарына сай келетін бірнеше кәсіпорындар анықталды. Атап айтсақ, олар «Azala Textile» ЖШС, «Бал Текстиль» ЖШС және «Azala Cotton» ЖШС (25-кесте).

Кесте 25 – Тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін зерттеу объектілеріне сипаттама

Кәсіпорын атауы	Кәсіпорын өлшемі	Құрылған жылы	Тоқыма өнімдері нарығының сегменті	Жұмысшылар саны	Инновациялық қызметтің мәні
1	2	3	4	5	6
«Azala Textile» ЖШС	ірі	2009	Мақта-мата өндірісі	639	Өндірісті кеңейту
«Бал Текстиль» ЖШС	орта	2013	Кілемдер мен кілем бұйымдарын өндіру	281	Бәсекелестік артықшылықты қамтамасыз ету
«Azala Cotton» ЖШС	ірі	2017	Мақта иірімжібі өндірісі	320	Қазақстанның ең үздік бәсекеге қабілетті кәсіпорындарының қатарына кіру
Ескертпе – [70], [95] мәліметтері негізінде автормен құрастырылды					

25-кестеде қарастырылып отырған кәсіпорындарда іске асырылған инновациялық жобалар бар және бүгінгі таңда инновациялық өнімдерді енгізуге бағытталған жұмыстарды жалғастыруда. Олардың инновациялық мақсаты технологиялық үдерістерді үздіксіз жетілдіру, сапаны арттыру және нәтижесінде бәсекелестік артықшылыққа ие болу болып табылады. Осы кәсіпорындарға қысқаша сипаттама беріп өтейік.

«Azala Textile» ЖШС жылына 2800 тоннадан астам иірімжіп, дайын және қатты матаның 14 миллион метрін шығаратын өндірістік қуаты бар тоқыма

комбинаты Шымкент қаласында орналасқан. Кәсіпорын сапалы өнім шығару арқылы Қазақстан тоқыма өнеркәсібінің көшбасшыларының біріне айналды. Сонымен қатар бүгінгі таңда Еуро Одақ елдеріне, әсіресе Оңтүстік Еуропа елдерінде экспортталатын ең жоғары деңгейдегі мақта-мата өнімінің өндірушісі болып отыр.

«Бизнестің жол картасы-2020» мемлекеттік бағдарламасына қатысудың арқасында 2014-2015 жылдары комбинаттың өндірістік қуаты кеңейтілді. Бояу-өңдеу және тігін цехтары қосылды. Қайта жаңартудан кейін «Azala Textile» ЖШС комбинаты Қазақстанда қазақстандық мақта талшығын қайта өңдеуді және дайын мақта-мата бұйымдарын шығаруды қамтитын толық өндіріс циклі бар бірінші әрлеу тоқыма кәсіпорны болды.

Бүгінде «Azala Textile» ЖШС мақта-мата комбинаты көптеген өнімдер шығарады. Бұл дайын маталар, түкті және вафельді сүлгілер мен ақ жаймалық, төсек-орын жиынтығы, барлық стандартты төсек-орын, сүлгілер, жастықтар, көрпе жапқыштар, балалар тоқымасы, сондай-ақ сұрыптық иірімжіп (100% мақта), өңделмеген мата (100% мақта, тегіс, түкті, вафельді). Сондай-ақ, қонақүйлер, санаторийлер, демалыс үйлері, балабақшалар мен лагерлер, мейрамханалар мен кафелер үшін тоқымалар және тауарлар шығарылады. Кез-келген қонақ үйде, спорт клубында немесе SPA салонында өзгермейтін атрибуттардың бірі болып табылатын түкті және вафельді маталарынан жасалған халаттар ерекше назар аударуға тұрарлық [95].

Кәсіпорынның барлық өнімдері талапқа сай ұлттық және халықаралық сапа стандарттарымен сертификатталған. Өнімдер гигиена, экологиялық тазалық, тозуға төзімділік сияқты сипаттарымен ерекшеленеді. 2015 жылы кәсіпорын ISO 9001:2008 менеджмент жүйесінің халықаралық сертификатын алды. Кәсіпорын заманауи құрал жабдықтармен қамтылған. Кәсіпорынның коммерциялық жетістігі туралы айтатын болсақ, онда ол баға мен сапаның оңтайлы үйлесімін, тоқыма бұйымдарының кең ассортиментін, дизайнды үнемі жаңартып отыруды, өнім сапасы мен қызмет көрсету деңгейін жақсартуды анықтайды. Компания сенімді және тиімді жеткізуші болуға ұмтылады. Мұнда серіктестермен ынтымақтастық шарттары мұқият ойластырылған. Мұның бәрі компанияға жеңіл өнеркәсіп сегментінде жетекші орын алуға мүмкіндік берді.

2015 жылы «Azala Textile» ЖШС ел өңірлері арасында жеңіл өнеркәсіптің негізгі кәсіпорындарының бірі болып танылып, жетекші индустриялық жоба ретінде облыстық «Кәсіпкерлік саласындағы үздіктер» байқауында жүлдегер атанды. «Azala Textile» ЖШС-нің ұзақ мерзімді стратегиясы бәсекеге қабілетті өнімдердің кең ассортиментін және үнемі жоғары сапалы өндірісті кеңейтуге негізделген. Кәсіпорын ел ішінде де, шетелде де тоқыма нарығының жаңа сегменттерін дәйекті түрде игеріп, оларды «Қазақстанда жасалған» брендімен жоғары сапалы өнімдермен толықтырады.

«Бал Текстиль» ЖШС 2013 жылдың 31 желтоқсанында «Кілем өндірісі зауыты» цехының пайдалануға берілуін қамтамасыз етті. 2014 жылы компания «Kartal Tekstil Sanayi Ve Ticaret LTD.STI.» түрік серіктесімен бірлесе отырып 1,2 млрд. теңге инвестиция тартты. Кілемдер мен кілем өнімдері «BCF», «Heat-

Set» брендтерінің синтетикалық пропилен жіптерінен жасалады. Өнімдер TURAN, Хан-Тенгри, Алатау, Bars, Сарыарая, Ұлытау, Алаш, Отырар атауларымен шығарылады және әлемдік деңгейдегі сапаға ие. Кілем өндіретін шикізат Түркия, Бангладеш, Үндістан, Ресей және басқа елдерден импортталады. Зауыт «VandeWiele» (Бельгия), ТЕХТИМА EXPORT IMPORT GMBH (Германия), Neumag (Германия), Superba (Германия), Volkmann (Германия) жоғары сапалы жабдықтармен жабдықталған. Сонымен қатар кәсіпорын ИКЕА әлемдік сауда компаниясымен жұмыс жасайды [70].

Кәсіпорын ИКЕА үшін арнайы жеке дизайнды, кілем түгінің қалыңдығы мен ұзындығына қатысты сипаттаманы әзірлеген. ИКЕА әлемдік сауда компаниясы 1943 жылы құрылған. Ол бүгінгі таңда жиһаз және тұрмыстық заттар саудасындағы әлемдегі ең ірі бөлшек сауда желілерінің бірі, оның 50-ден астам елдегі дүкендерінің саны 400-ден асады, сонымен қатар интернет-дүкендеріде жұмыс жасайды. 2025 жылға қарай компания әлеуетті 3 миллиард тұтынушысы бар аудиторияны қамтуды көздеп отыр. Бүгінгі таңда ИКЕА әлемнің 50-ден астам елінде 1300-ден астам жеткізушіден халықаралық талаптарға сай келетін тауарлар сатып алады. Егер жеткізуші ИКЕА-ның жеткізушісі атанатын болса, оның өнімдері осы желі орналасқан барлық елдерде сатылымға шығарылады [96].

«Бал Текстиль» ЖШС «Алтын Сапа-2014» отандық өндірушілердің республикалық конкурсы аясында «Үздік тұтыну тауарлары» номинациясы бойынша екінші деңгейдегі дипломант атанды [68]. Бүгінгі таңда «Бал Текстиль» ЖШС «Цифрлық Қазақстан» мемлекеттік бағдарламасы шеңберінде «Модельдік цифрлық фабрикалар» жобасына қатысушы жеті отандық кәсіпорынның бірі болып отыр. Бұл кәсіпорынға Индустрия 4.0 элементтерін өндіріске енгізудің тиімділігін көрсетеді [97].

«Azala Cotton» ЖШС 7 млрд. теңгеден астам инвестиция салынып 2017 жылы іске қосылды. Кәсіпорынның өндірістік қуаты жылы 5 мың тоннадан астам дайын өнімді құрайды. Карда және таракпен иірілген жіп – бұл мақта талшығының өңдеуші ортасының және ұзын талшықты сорттарының өнімі. Кәсіпорында бастапқы құрылған жылы 220 адам жұмысқа қабылданған болса, бүгінгі таңда олардың саны 320 адамға жетті. «Azala Cotton» ЖШС-де «Rieter», «MURATA», «VOLKMANN», «STRAPEX», «XORELLA» әлемдік брендтерінің жабдықтары және USTER зертханалық жабдығы орнатылған. Орнатылған технологиялық жабдықтар ISO 9001 еуропалық стандарт талаптарына сәйкес келеді. Жоба «Truetzchler» (Германия) компаниясымен полиэстерден, вискозадан және басқа да жасанды материалдардан жасалған синтетикалық талшықтарды өндіруге арналған жоғары технологиялы жабдықтарды өндіруді қамтамасыз етеді. Қазіргі уақытта дайын өнім: Шығыс Еуропа, Ресей Федерациясы, Түркия және Қытай елдеріне экспортталады [70].

Ал енді «Azala Textile» ЖШС, «Бал Текстиль» ЖШС және «Azala Cotton» ЖШС бойынша инновациялық белсенділік көрсеткіштері туралы мәліметті 6-кестеде ұсынылған көрсеткіштерді негізге ала отырып қарастырамыз (26-кесте).

Кесте 26 – «Azala Textile» ЖШС, «Бал Текстиль» ЖШС және «Azala Cotton» ЖШС инновациялық белсенділік көрсеткіштері

№	Көрсеткіш атауы	«Azala Textile» ЖШС	«Бал Текстиль» ЖШС	«Azala Cotton» ЖШС
1	2	3	4	5
Өнімдік инновация				
1	Кәсіпорынның жалпы шығындарының ішінде ҒЗТКЖ шығындардың үлесі	-	-	-
2	Жөнелтілген өнімнің көлемінде инновациялық өнімнің үлесі	+	-	-
3	Кәсіпорын персоналдарының құрамында ҒЗТКЖ айналысатын персоналдардың үлесі	-	-	-
4	Басқа ұйымдардың әзірлемелерінен пайдалану шығындары	+	-	-
5	Патенттердің саны	-	-	-
Процестік инновация				
6	Өндіріс үдерісін жетілдіруге бағытталған (автоматтандыруға, жаңа технологияларға, жаңа бағдарламалық қамтамасыз ету) шығындар	-	+	-
7	Жеткізіп берудің жаңа әдістерін енгізу мақсатындағы шығындары	-	-	-
8	Жалпы өндіріс жабдықтарының құрамындағы жаңа жабдықтардың үлесі	+	+	+
9	Өндіріс үдерісімен жетілдірумен байланысты қосалқы қызметтерге шығындар	-	+	-
Маркетингтің инновация				
10	Кәсіпорынның жалпы шығындарының ішіндегі маркетингтік зерттеу шығындардың үлесі	-	-	-
11	Кәсіпорын персоналдарының құрамында ҒЗТКЖ айналысатын (маркетинг тұрғысынан) персоналдардың үлесі	-	-	-
12	Инновацияны жүзеге асыруда өзге фирмалардың қызметінен пайдалану	-	-	-
Ұйымдастырушылық инновациясы				
13	Қызметкерлердің біліктілігін жоғарылатуға жұмсалған шығындар	+	+	+
14	Қызметкерлер арасында шетелдік білікті мамандардың болуы	-	+	-
15	Басқа ұйымдардың әзірлемелерінен пайдалану шығындар	-	-	-
Ескертпе – 1) 6-кесте негізінде автормен құрастырылды; 2) «+» - көрсеткіш бойынша инновациялық белсенділік бар екендігін білдіреді; 3) «-» - көрсеткіш бойынша инновациялық белсенділік жоқ екендігін білдіреді				

26-кестеде «Azala Textile» ЖШС, «Бал Текстиль» ЖШС және «Azala Cotton» ЖШС инновациялық белсенділік көрсеткіштері 2017-2019 жылдар аралығында, яғни үш жылда инновация түрлері бойынша қарастырылды. Осы қарастырылған инновация түрлері бойынша белсенділік көрсеткіштері үш кәсіпорында келесідей орын алып отыр:

Өнімдік инновация бойынша «Azala Textile» ЖШС-де басқа ұйымдардың әзірлемелерінен пайдалану шығындары және жөнелтілген өнімнің көлемінде инновациялық өнімнің үлесі көрсеткіштері бар екендігі белгілі болды. Ал «Бал Текстиль» ЖШС және «Azala Cotton» ЖШС өнімдік инновация бойынша бірде-бір көрсеткіштер болмады.

Процестік инновация бойынша өндіріс үдерісін жетілдіруге бағытталған (автоматтандыруға, жаңа технологияларға, жаңа бағдарламалық қамтамасыз ету) шығындар, өндіріс үдерісімен байланысты қосалқы қызметтерге шығындар, жалпы өндіріс жабдықтарының құрамындағы жаңа жабдықтардың үлесі «Бал Текстиль» ЖШС бар, ал «Azala Textile» ЖШС мен және «Azala Cotton» ЖШС-де тек жалпы өндіріс жабдықтарының құрамындағы жаңа жабдықтардың үлесі ғана бар. Процестік инновация бойынша жеткізіп берудің жаңа әдістерін енгізу мақсатындағы шығындар үш кәсіпорында да жоқ.

Маркетингтік инновация бойынша көрсеткіштер «Azala Textile» ЖШС, «Бал Текстиль» ЖШС және «Azala Cotton» ЖШС жоқ. Бұл отандық тоқыма кәсіпорындарының осы бағыттағы инновациялық қызметіне көбірек көңіл бөлу қажеттігін көрсетеді.

Ұйымдастырушылық инновациясы бойынша қызметкерлердің біліктілігін жоғарылатуға жұмсалған шығындар, қызметкерлер арасында шетелдік білікті мамандардың болуы көрсеткіштері «Бал Текстиль» ЖШС бар, ал «Azala Textile» ЖШС мен және «Azala Cotton» ЖШС қызметкерлердің біліктілігін жоғарылатуға жұмсалған шығындар көрсеткіші ғана орын алған. Бұл бағыттағы басқа ұйымдардың әзірлемелерінен пайдалану бойынша үш кәсіпорында шығын жұмсамаған.

Тоқыма өнеркәсібі саласы ЭЫДҰ жіктемесіне сәйкес технологиялық деңгейі бойынша төмен технологиялық өндіріске жатады [98]. Инновацияның жоғарыда қарастырылған анықтамаларына сәйкестігін ескеретін болсақ, инновацияларды төмен технологиялық өндіріске де енгізуге болады [99].

Инновациялық белсенділікті талдау кәсіпорын жүзеге асыратын инновациялық қызметтің ең сәтті бағыттарын айқындауға, инновациялық қызметті жүзеге асырудың сәтсіз әрекеттерінің себептерін анықтауға және қолда бар инновациялық әлеуеттің пайдаланылмаған резервтерін анықтауға мүмкіндік береді [100].

Кәсіпорынның инновациялық әлеуеті негізінен инновациялық қызметті іске асыруға қажетті ресурстарының жиынтығынан тұрады. Кәсіпорындардың инновациялық әлеуеті көбінесе өз қызметкерлерінің шығармашылық қабілетіне, жаңа идеялар мен жобаларды әзірлеуіне, кәсіпорынның серіктестерімен бірігіп әзірлеуіне немесе сырттан әкелінген инновацияларды тиімді жүзеге асыру қабілетіне байланысты.

Кәсіпорынның инновациялық әлеуетіне берген анықтамаларға сәйкес ғалымдардың көзқарасы ұқсас болып келеді, яғни кәсіпорынның инновациялық әлеуеті оның инновациялық қызметті жүзеге асыру үшін қажетті ресурстарды жұмылдыра алу қабілетімен сипатталады. Бірақ инновациялық қызметті жүзеге асыруға қажетті ресурстар жиынтығына ғалымдар әртүрлі ресурстарды жатқызады.

Кәсіпорынның инновациялық әлеуетін анықтауда инновациялық қызметті іске асыруға қажетті ресурстар қатарына кейбір зерттеуші ғалымдар тобы зияткерлік, ғылыми-техникалық, материалдық-өндірістік, қаржылық, ақпараттық, кадрлық және инфрақұрылымдық ресурстарды жатқызса [101, 102], ғалымдардың екінші тобы кәсіпорынның өз күшімен ҒЗТКЖ жүргізу арқылы инновацияны енгізуге болатынын, яғни лицензиялар, өнеркәсіптік үлгілер, патенттер және басқада зияткерлік меншік нәтижелері түрінде сатып алу арқылы енгізу мүмкіндіктерін қарастырады [103]. Бүгінгі таңда дамушы елдердің заңнамасында ақпараттық және коммуникациялық технологияларға, ресурстарға, сонымен қатар адами капиталға артықшылық беріледі [104]. Мұнда ескеретін жайт, кәсіпорынның қызмет саласының ерекшелігіне байланысты инновациялық қызметті жүзеге асыруға қажетті ресурстарда әртүрлі болуы мүмкін.

Инновациялық әлеует бұл ағымдағы жағдайда кәсіпорынның инновациялық қызметті жүзеге асыра алу қабілеті және ол жалпы категория болып табылады. Инновациялық әлеуетті кеңінен қарастыратын біздің диссертациялық зерттеуіміздің пәні болмағандықтан, бірақ кәсіпорынның инновациялық белсенділігі тікелей оның инновациялық әлеуетіне байланысты болғандықтан, инновациялық әлеуеттің жоғарыда аталған компоненттерінің ішінен отандық тоқыма кәсіпорындарының ерекшеліктері мен ағымдағы жағдайын есекере отырып олардың инновациялық белсенділігін басқаруда ең қажетті деп табылатын компоненттерге, яғни кадрлық әлеуетке және қаржылық әлеуетке талдау жүргізетін боламыз. Осло нұсқаулығында да кәсіпорындардың еңбек әлеуеті мен қаржылық әлеуетінің инновациялық аспектілерін сипаттайтын көрсеткіштерге үлкен мән беріледі [11, б.167].

Қызметтің инновациялық бағыттарының дамуы кәсіпорынның қаржылық тұрақтылық деңгейіне тікелей байланысты. Инновациялық өнімді белсенді игеру және инновациялық қызметті жүзеге асыру үшін кәсіпорын меншікті қаражатпен жоғары деңгейде қамтамасыз етілуі қажет. Меншікті қаражатпен жеткіліксіз қамтамасыз етілу, қарыз қаражатын (көбінесе ұзақ мерзімді) пайдалану кәсіпорын басшысының қалауына немесе инновациялық даму стратегиясын айқындауға қарамастан, инновациялық қызметті жүзеге асыру мүмкіндіктерінің объективті шектеулеріне алып келеді. Осылайша, инновациялық жобаны әзірлеу мен енгізудің бастапқы кезеңдерінде кәсіпорынның ағымдағы жағдайын, оның қаржылық тұрақтылық дәрежесін талдау қажет [104, б.40].

Кәсіпорын қызметінің белгілі бір нәтижеге жетуіне көптеген факторлар әсер ететінін жоғарыда қарастырып өттік. Қазіргі уақытта объективті

әлеуметтік-экономикалық үдерістер кәсіпорындарды инновациялық дамуға бағдарлануға мәжбүр етеді, ал мұнда кадрлық әлеует ерекше рөл атқарады, оны уақтылы бағалау, дамыту және басқару кәсіпорынның мүмкіндіктерін кеңейте отырып, кәсіпорынды жаңа бәсекелестік деңгейге көтереді және тұрақты дамуды қамтамасыз етеді. Кадрлық әлеует кәсіпорынды басқару жүйесінің ажырамас элементі болып табылады. Оның деңгейі кәсіпорын деңгейінде жұмыс күшін қалыптастыру, бөлу, қайта бөлу бойынша өзара байланысты ұйымдастырушылық-экономикалық және әлеуметтік шараларға, әр қызметкердің еңбек әлеуетін пайдалану және дамыту үшін жағдай жасауға байланысты.

Инновация бұл жаңа өнім, жаңа қызмет, жаңа технология, жаңа тәсіл, жаңа нарық, жаңа экономикалық, әлеуметтік, ұйымдастырушылық және басқарушылық шешім түрінде болатын новатордың шығармашылық қызметінің нәтижесі болып табылады.

Инновациялық қызмет дәстүрлі түрде ғылыми-зерттеу жұмыстарының және ынтымақтастық жұмыстарының нәтижесінде алынған түрлі тиімді жаңалықтар және өзгерістермен байланысты қызмет түрі ретінде қарастырылады. Бұл кәсіпорынның инновациялық қызметінің түрлі элементтері және деңгейлерінің жиынтығынан тұрады, сонымен қатар топтың инновациялық қызметі мен әр қызметкердің инновациялық қызметін қамтиды. Қазіргі экономикалық жағдайда «қызметкер» термині өзінің инновациялық әлеуетін іске асыра отырып, инновациялық қызметті жүзеге асыратын инновациялық тұлға деп түсініледі. Инновациялық қызмет жеке тұлғаның инновациялық әлеуетіне ғана емес, сонымен бірге оның инновациялық сезімталдығы мен белсенділігіне де байланысты. Компанияда неғұрлым көп инновациялық тұлғалар жұмыс істесе, оның инновациялық әлеуеті соғұрлым жоғары болады [105].

Отандық тоқыма кәсіпорындарының бәсекеге қабілеттілігін арттыруда да кадрлар маңызды орын алатыны белгілі. Сонымен қатар инновацияның жоғарыда аталған 4 түрін де кәсіпорынға енгізу және оларды үздіксіз дамыту ең алдымен тікелей кәсіпорынның кадрлық әлеуетіне байланысты. «Azala Textile» ЖШС, «Бал Текстиль» ЖШС және «Azala Cotton» ЖШС -нің кадрлық ресурстарын төмендегі 27-кестеде қарастыратын боламыз.

Кесте 27 – Тоқыма кәсіпорындарының кадрлық ресурстары

Қызметкер, адам	Кәсіпорын атауы	Жыл			Тізбектің абсолютті өсімі		Тізбектің өсу қарқыны, %	
		2017	2018	2019	2018 ж.	2019 ж.	2018 ж.	2019 ж.
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Қызметкер- лердің орташа тізімдік саны, оның ішінде	«Azala Textile» ЖШС	573	543	639	- 30	96	94,7	117,6
	«Бал Текстиль» ЖШС	235	248	281	13	33	105,5	113,3

27-кестенің жалғасы

1	2	3	4	5	6	7	8	9
	«Azala Cotton» ЖШС	220	280	320	60	40	127,2	114,2
Негізгі қызметкерлер	«Azala Textile» ЖШС	480	461	543	- 19	82	96	117,8
	«Бал Текстиль» ЖШС	195	200	228	5	28	102,5	114
	«Azala Cotton» ЖШС	186	239	274	53	35	128,5	114,6
Көмекші қызметкерлер	«Azala Textile» ЖШС	57	37	50	-20	13	64,9	135,1
	«Бал Текстиль» ЖШС	30	39	35	9	- 4	130	89,7
	«Azala Cotton» ЖШС	23	26	30	3	4	113	115,3
Басшылар	«Azala Textile» ЖШС	36	45	46	9	1	125	102,2
	«Бал Текстиль» ЖШС	10	9	18	- 1	9	90	200
	«Azala Cotton» ЖШС	11	15	16	4	1	136,3	106,6
Ескертпе – [106], [107], [108] негізінде автормен құрастырылды және есептелді								

27-кесте мәліметтері бойынша «Azala Textile» ЖШС-де 2017 жылмен салыстырғанда 2018 жылы қызметкерлердің орташа саны 30 адамға немесе 5,3%-ға қысқарған, бұл негізгі қызметкерлер санының 19 адамға, көмекші қызметкерлер санының 20 адамға қысқаруы және басшылардың 9 адамға көбеюі есебінен орын алған. «Бал Текстиль» ЖШС-де 2017 жылмен салыстырғанда 2018 жылы қызметкерлердің орташа саны 13 адамға немесе 5,5%-ға көбейген, бұл негізгі қызметкерлер санының 5 адамға және көмекші қызметкерлер санының 9 адамға көбеюі және басшылардың 1 адамға қысқару есебінен орын алған. «Azala Cotton» ЖШС-де 2017 жылмен салыстырғанда 2018 жылы қызметкерлердің орташа тізімдік саны 60 адамға немесе 27,2%-ға көбейген, бұл негізгі қызметкерлер санының 53 адамға, көмекші қызметкерлер санының 3 адамға, басшылардың 4 адамға көбеюінің есебінен орын алып отыр. 2018 жылмен салыстырғанда 2019 жылы қызметкерлердің орташа саны «Azala Textile» ЖШС-де 96 адамға немесе 17,6%-ға көбейген, бұл негізгі қызметкерлер санының 82 адамға, көмекші қызметкерлердің 13 адамға, басшылардың 1

адамға көбеюі есебінен орын алған, ал сәйкес кезеңде «Бал Текстиль» ЖШС-де 33 адамға немесе 13,3%-ға көбейген. Бұл негізгі қызметкерлердің 28 адамға, басшылардың 9 адамға көбеюі және көмекші қызметкерлердің 4 адамға қысқаруы есебінен орын алған. Сондай-ақ, осы кезең аралығында «Azala Cotton» ЖШС-де қызметкерлердің орташа тізімдік саны 40 адамға немесе 14,2%-ға көбейген. Бұл негізгі қызметкерлер санының 35 адамға, көмекші қызметкерлер санының 4 адамға, басшылардың 1 адамға көбеюі есебінен орын алған.

«Azala Textile» ЖШС, «Бал Текстиль» ЖШС және «Azala Cotton» ЖШС-нің кадрлық ресурстарының құрылымы бойынша қарастыратын болсақ, үш кәсіпорында да негізгі қызметкерлердің үлесі 80%-дан жоғары көрсеткішке ие болып отыр (28-кесте), яғни бұл кәсіпорындардағы негізгі қызметке басымдық беріліп отырғандығын көрсетеді, сонымен қатар кәсіпорындарда әліде болса қол жұмысының көбірек қажеттігін, өндіріс үдерісі автоматтандырылу деңгейінің төмендігін көрсетіп отыр.

Кесте 28 – Тоқыма кәсіпорындарының кадрлық ресурстарының құрылымы

Қызметкер, адам	Кәсіпорын атауы	Жылдар			Құрылым, %			Үлес салмағының өзгеруі, %	
					Жылдар				
		2017	2018	2019	2017	2018	2019	2018 ж.	2019 ж.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Қызметкер- лердің орташа тізімдік саны, оның ішінде	«Azala Textile» ЖШС	573	543	639	100	100	100	-	-
	«Бал Текстиль» ЖШС	235	248	281	100	100	100	-	-
	«Azala Cotton» ЖШС	220	280	320	100	100	100	-	-
Негізгі қызметкерлер	«Azala Textile» ЖШС	480	461	543	83,7	84,9	85,0	1,2	0,1
	«Бал Текстиль» ЖШС	195	200	228	82,9	80,6	81,1	-2,3	0,5
	«Azala Cotton» ЖШС	186	239	274	84,5	85,3	85,6	0,8	0,3
Көмекші қызметкерлер	«Azala Textile» ЖШС	57	37	50	10,0	6,8	7,8	-3,2	1,0
	«Бал Текстиль» ЖШС	30	39	35	12,7	15,7	12,4	3,0	-3,3
	«Azala Cotton» ЖШС	23	26	30	10,4	9,3	9,4	-1,1	0,1
Басшылар	«Azala Textile» ЖШС	36	45	46	6,3	8,3	7,2	2,0	-1,1
	«Бал Текстиль» ЖШС	10	9	18	4,4	3,6	6,4	-0,6	2,8
	«Azala Cotton» ЖШС	11	15	16	5,0	5,3	5,0	0,3	-0,3
Ескертпе – [106], [107], [108] негізінде автормен құрастырылды және есептелді									

28-кестеге сәйкес «Azala Textile» ЖШС бойынша 2017 жылы негізгі қызметкерлердің үлесі 83,7% болса, көмекші қызметкерлер үлесі 10%, басшылық қызметтегілер 6,3%-ды құраған. 2018 жылы негізгі қызметкерлер үлесі 1,2%-ға өсіп 84,9%-ды, басшылар үлесі 2%-ға өсіп 8,3%-ды, ал көмекші қызметкерлер үлесі 3,2%-ға қысқарып 6,8%-ды құраған. 2019 жылы негізгі қызметкерлер үлесі 0,1%-ға өсіп 85%-ды, көмекші қызметкерлер үлесі 1%-ға өсіп – 7,8%-ды, басшылар үлесі 1,1%-ға қысқарып 7,2%-ды құрап отыр. «Бал Текстиль» ЖШС бойынша 2017 жылы негізгі қызметкерлердің үлесі 82,9% болса, көмекші қызметкерлер үлесі 12,7%, басшылық қызметтегілер 4,4%-ды құраған. 2018 жылы негізгі қызметкерлер үлесі 2,3%-ға қысқарып 80,6%-ды, басшылар үлесі 0,6%-ға қысқарып 3,6%-ды, ал көмекші қызметкерлер үлесі 3,0%-ға өсіп 15,7%-ды құраған. 2019 жылы негізгі қызметкерлер үлесі 0,5%-ға өсіп 81,1%-ды, көмекші қызметкерлер үлесі 3,3%-ға қысқарып 12,4%-ды, басшылар үлесі 2,8%-ға өсіп 6,4%-ды құрап отыр. Ал «Azala Cotton» ЖШС-де 2017 жылы негізгі қызметкерлердің үлесі 84,5% болса, көмекші қызметкерлер үлесі 10,4%, басшылық қызметтегілер 5,0%-ды құраған. 2018 жылы негізгі қызметкерлер үлесі 0,8%-ға қысқарып 85,3%-ды, басшылар үлесі 0,3%-ға көбейіп 5,3%-ды, ал көмекші қызметкерлер үлесі 1,1%-ға қысқарып 9,3%-ды құраған. 2019 жылы негізгі қызметкерлер үлесі 0,3%-ға өсіп 85,6%-ды, көмекші қызметкерлер үлесі 0,1%-ға көбейіп 9,4%-ды, басшылар үлесі 0,3%-ға қысқарып 5,0%-ды құрап отыр.

Осы үш кәсіпорын бойынша 2017-2019 жылдары қызметкерлердің үлесін қарастырсақ, негізгі қызметкерлердің үлесі «Azala Textile» ЖШС-де 83,7%-85% аралығында, «Бал Текстиль» ЖШС-де 80,6%-82,9% аралығында, «Azala Cotton» ЖШС-де 84,5%-85,6% аралығында, көмекші қызметкерлердің үлесі «Бал Текстиль» ЖШС-де көбірек, яғни 12,4%-15,7% аралығында, ал «Azala Textile» ЖШС-де 6,8%-10% аралығында, «Azala Cotton» ЖШС 9,4%-10,4% аралығында, басшылардың үлесі «Azala Textile» ЖШС-де көбірек, яғни 6,3%-8,3% аралығында болса, «Azala Cotton» ЖШС-де 5%-5,3% аралығында, «Бал Текстиль» ЖШС-де 3,6-6,4% аралығында болып отыр.

Жалпы үш кәсіпорында да 2017-2019 жылдары қызметкерлер санының өсіп отырғандығы байқалып отыр. Бұл кәсіпорындардағы өндірілетін өнім көлемінің артып, қызметінің кеңейіп келе жатқандығын білдіреді. Тоқыма кәсіпорындарындағы қызметкерлердің сандық кадрлық әлеуетін қарастыратын болсақ, жыл сайын «Azala Textile» ЖШС мен «Бал Текстиль» ЖШС-де жұмысқа қабылданатындар мен жұмыстан шығатындар саны көп, ал «Azala Cotton» ЖШС кадрлардың жұмыстан кету деңгейі аса жоғары емес, сонымен қатар ҒЗТКЖ үш кәсіпорында да жүргізілмейді (29-кесте).

Кесте 29 – Тоқыма кәсіпорындарының сандық кадрлық әлеуеті

Қызметкер, адам	Кәсіпорын атауы	2017 ж.	2018 ж.	2019 ж.
1	2	3	4	5
Қызметкерлердің орташа	«Azala Textile» ЖШС	573	543	639

29-кестенің жалғасы

1	2	3	4	5
тізімдік саны	«Бал Текстиль» ЖШС	235	248	281
	«Azala Cotton» ЖШС	220	280	320
Жұмысқа қабылданғандар, адам	«Azala Textile» ЖШС	287	217	383
	«Бал Текстиль» ЖШС	128	155	238
	«Azala Cotton» ЖШС	220	120	81
Жұмыстан кеткендер, адам	«Azala Textile» ЖШС	242	193	293
	«Бал Текстиль» ЖШС	114	157	192
	«Azala Cotton» ЖШС	-	60	41
Қызметкерлерді қабылдау бойынша айналым коэффициенті	«Azala Textile» ЖШС	0,5	0,4	0,6
	«Бал Текстиль» ЖШС	0,5	0,6	0,8
	«Azala Cotton» ЖШС	1,0	0,4	0,2
Кадрлардың тұрақтамау коэффициенті	«Azala Textile» ЖШС	0,4	0,3	0,4
	«Бал Текстиль» ЖШС	0,5	0,6	0,6
	«Azala Cotton» ЖШС	-	0,2	0,1
ҒЗТКЖ қызметкерлердің үлесі	«Azala Textile» ЖШС	-	-	-
	«Бал Текстиль» ЖШС	-	-	-
	«Azala Cotton» ЖШС	-	-	-
Жаңа қызметкерлердің үлесі, %	«Azala Textile» ЖШС	50,0	39,9	59,9
	«Бал Текстиль» ЖШС	54,4	62,5	84,6
	«Azala Cotton» ЖШС	100	42,8	25,3
Ескертпе – [106], [107], [108] негізінде автормен құрастырылды және есептелді				

29-кесте бойынша тоқыма кәсіпорындарында жұмыстан кеткен қызметкерлердің үлесінің нәтижесінде кадрлардың тұрақтамау коэффициенті анықталады, бұл коэффициент «Azala Textile» ЖШС-де 2017 жылы 0,4 болса, 2018 жылы 0,3 болған, ал 2019 жылы 0,4-ті құрап отыр. «Бал Текстиль» ЖШС-де кадрлардың тұрақтамау коэффициенті 2017 жылы 0,5 болса, 2018-2019 жылдары 0,6-ні құрап отыр. Ал «Azala Cotton» ЖШС-де 2017 жылы кәсіпорынның жаңадан ашылған жылы кадрлардың тұрақтамау коэффициенті орын алмаған, 2018 жылы 0,2 болса, 2019 жылы 0,1-ді құрап отыр. «Azala Textile» ЖШС мен «Бал Текстиль» ЖШС-де кадрлардың тұрақтамау коэффициенті жоғары болып отыр, оның негізгі себептеріне кәсіпорындардағы қол жұмысының көптігінен еңбек өнімділігінің төмендігін, автоматтандыру деңгейінің төмендігін және жалақы мөлшерінің аздығын және кадрларды ынталандыру шараларының өте төмен деңгейде екендігін айтуға болады. Ал «Azala Cotton» ЖШС-де кадрлардың тұрақтамау коэффициенті екі кәсіпорынға қарағанда төмен, бұл кәсіпорынға кадрларды жұмысқа қабылдау саясатының мұқияттылығы және кәсіпорын қызметін жаңадан бастағандықтан заманауи жабдықтармен қамтамасыз етілгендігінің нәтижесі екендігін көрсетіп отыр.

Тоқыма кәсіпорындардағы кадрлардың тұрақтамауының алдын алу мақсатында кәсіпорындарда үнемі адами капиталды дамытуға бағытталған іс-шаралар, қызметкерлерді ынталандыру шаралары жиі ұйымдастырылып отыруы қажет. Тоқыма кәсіпорындардағы адами капиталды дамыту туралы мәліметтер 30-кестеде келтірілген.

Кесте 30 - Тоқыма кәсіпорындарындағы адами капиталды дамыту

Қызметкер, адам	Кәсіпорын атауы	2017 ж.	2018 ж.	2019 ж.
1	2	3	4	5
Жоғары білімі бар қызметкерлердің үлесі, %	«Azala Textile» ЖШС	12,2	15,3	14,8
	«Бал Текстиль» ЖШС	33,0	28,0	25,0
	«Azala Cotton» ЖШС	36,0	29,0	25,0
Қосымша білімі бар қызметкерлердің үлесі, %	«Azala Textile» ЖШС	5,2	7,5	8,2
	«Бал Текстиль» ЖШС	3,0	4,5	6,8
	«Azala Cotton» ЖШС	4,1	4,7	5,8
Басшылардың үлес, %	«Azala Textile» ЖШС	6,3	8,3	7,2
	«Бал Текстиль» ЖШС	4,2	3,6	6,7
	«Azala Cotton» ЖШС	5,0	5,3	5,0
Адам әлеуетін дамыту жөніндегі іс-шаралар саны	«Azala Textile» ЖШС	29	28	30
	«Бал Текстиль» ЖШС	10	10	10
	«Azala Cotton» ЖШС	7	9	12
Ескертпе – [106], [107], [108] негізінде автормен құрастырылды және есептелді				

30-кесте бойынша «Azala Textile» ЖШС-де жоғары білімі бар қызметкерлердің үлесі өте аз, ол 2017 жылы 12,2%, 2018 жылы 15,3%, 2019 жылы 14,8%-ды құраған. Қосымша білімі бар қызметкерлер үлесі 2017 жылы 5,2%, 2018 жылы 7,5%, 2019 жылы 8,2%-ды құраған. Ал «Бал Текстиль» ЖШС және «Azala Cotton» ЖШС-де жоғары білімі бар қызметкерлердің үлесі «Azala Textile» ЖШС-мен салыстырғанда біршама жоғары. «Бал Текстиль» ЖШС-де жоғары білімі бар қызметкерлердің үлесі 2017 жылы 33%, 2018 жылы 28%, 2019 жылы 25%-ды құраған, қосымша білімі бар қызметкерлердің үлесі 2017 жылы 3%, 2018 жылы 4,5%, 2019 жылы 6,8%-ды құраған. «Azala Cotton» ЖШС-де жоғары білімі бар қызметкерлердің үлесі 2017 жылы 36%, 2018 жылы 29%, 2019 жылы 25%-ды құраған, қосымша білімі бар қызметкерлердің үлесі 2017 жылы 4,1%, 2018 жылы 4,7%, 2019 жылы 5,8%-ды құраған. Кәсіпорындарда жыл сайын адам әлеуетін дамыту бойынша семинар-тренинг, мастер класс және т.б. іс-шаралар ұйымдастырып отырады. «Бал Текстиль» ЖШС және «Azala Cotton» ЖШС-де жыл сайын 10-ға жуық іс-шаралар ұйымдастырса, «Azala Textile» ЖШС одан 3 есе артық, яғни жыл сайын 30 – ға жуық іс-шаралар ұйымдастырып отырады. Сонымен қатар «Azala Textile» ЖШС-де жоғары білімі бар қызметкерлер үлесінің аздығынан болса керек, қосымша білімі бар қызметкерлер үлесін жыл сайын арттырып келеді.

Тоқыма кәсіпорындарының қаржылық әлеуетін талдауда классикалық қаржылық талдау нәтижелерін пайдаланатын боламыз. Талдау барысында алдымен бірнеше негізгі бағыттар бойынша көрсеткіштер айқындалады, олар кейіннен қаржылық әлеуетті талдау үшін пайдаланылады [109]. Қаржылық әлеуеттің жалпы құрылымына келесілер кіреді:

- өтімділік;
- қаржылық тұрақтылық және төлем қабілеттілік.

Өтімділікті талдау әртүрлі жеке көрсеткіштерді қолдануды қамтиды. Оларға мынадай коэффициенттер жатады:

- ағымдағы өтімділік коэффициенті – айналым активтерінің қысқа мерзімді міндеттемелерге қатынасы негізінде анықталады;

- жылдам өтімділік коэффициенті – қысқа мерзімді дебиторлық берешек, қысқа мерзімді қаржылық салымдар және ақша қаражаттары жиынтығының ағымдағы міндеттемелерге қатынасы негізінде анықталады.

- абсолютті өтімділік коэффициенті – ақшалай қаражатпен қысқа мерзімді қаржылық салымдар жиынтығының ағымдағы міндеттемелерге қатынасы негізінде анықталады.

Тоқыма кәсіпорындарының өтімділік коэффициенттерін есептеу үшін «Azala Textile» ЖШС, «Бал Текстиль» ЖШС және «Azala Cotton» ЖШС-нің баланс активтері мен пассивтері туралы көрсеткіштерінен пайдаланымыз, ол F - қосымшада көрсетілген.

Осы «Azala Textile» ЖШС, «Бал Текстиль» ЖШС және «Azala Cotton» ЖШС-нің активтері мен пассивтері туралы мәліметтерден пайдалана отырып олардың өтімділік коэффициенттерін келесі 31-кестеде қарастырамыз.

Кесте 31 – Тоқыма кәсіпорындарының өтімділік коэффициенттері

Өтімділік коэффициенті	Кәсіпорын атауы	2017 ж.	2018 ж.	2019 ж.
Ағымдағы өтімділік коэффициенті	«Azala Textile» ЖШС	11,16	1,59	0,69
	«Бал Текстиль» ЖШС	0,52	0,49	0,65
	«Azala Cotton» ЖШС	2,21	1,17	0,74
Жылдам өтімділік коэффициенті	«Azala Textile» ЖШС	2,22	0,10	0,08
	«Бал Текстиль» ЖШС	0,03	0,03	0,05
	«Azala Cotton» ЖШС	0,04	0,34	0,34
Абсолютті өтімділік коэффициенті	«Azala Textile» ЖШС	0,00	0,05	0,00
	«Бал Текстиль» ЖШС	0,01	0,00	0,03
	«Azala Cotton» ЖШС	0,01	0,00	0,07
Ескертпе – [106], [107], [108] негізінде автормен құрастырылды және есептелді				

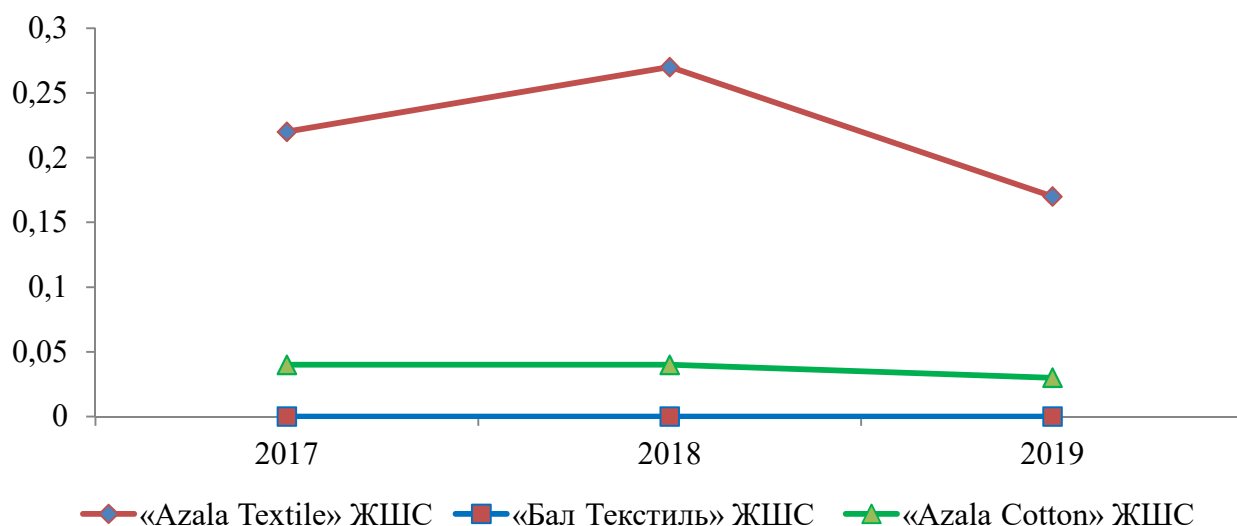
31-кесте бойынша кәсіпорындардағы өтімділік коэффициенттерін қарастыратын болсақ, қаржылық әлеуетті талдау кезінде, сондай-ақ оны жоғары деңгейде ұстау кезінде кәсіпорын ағымдағы өтімділік көрсеткішінің мақсатты мәндерін бірліктен асатын деңгейде белгілеуі өте дұрыс болып табылады. Бұл «Azala Textile» ЖШС және «Azala Cotton» ЖШС-де 2017-2018 жылдары орын алған, «Azala Textile» ЖШС-де ағымдағы өтімділік коэффициенті 2017 жылы 11,16 болса, 2018 жылы 1,59 коэффициентке тең болған, бірақ 2019 жылы бұл көрсеткіш 1-ден төмендеп 0,69-ға тең болған. «Azala Cotton» ЖШС-де ағымдағы өтімділік коэффициенті 2017 жылы 2,21 болса, 2018 жылы 1,17 коэффициентке тең болған, бірақ 2019 жылы бұл көрсеткіш 1-ден төмендеп 0,74-ке тең болған. Ал «Бал Текстиль» ЖШС-де 2017 жылы 0,52 болса, 2018 жылы 0,49 және 2019 жылы біршама жоғарылап 0,65-ке тең болып отыр.

Жылдам өтімділік коэффициенті үш кәсіпорында төмен деңгейде болып отыр. Абсолютті өтімділік коэффициенті бойынша үш кәсіпорында абсолютті

өтімділікке ие емес деп айтуға болады. Өтімділікті талдау қаржылық әлеуеттің құрамдас бөліктерінің бірі болып табылады және алынған көрсеткішпен тікелей байланысты.

Кәсіпорынның қаржылық тұрақтылығы - бұл кәсіпорынның қаржылық әлеуетінің элементтерінің бірі. Бұл сипаттаманы бағалау үшін ақпарат көзі бухгалтерлік баланс болып табылады. Қаржылық тұрақтылықты талдай отырып, біз алдымен міндеттемелерді, олардың құрылымын және өзгеру динамикасын талдау туралы айтамыз [109, б.62].

Қаржылық тұрақтылықты талдау кезінде меншікті капиталға баланс валютасының (баланс активтерінің немесе пассивінің жиынтығы) қатынасы есептеледі. Қаржылық тұрақтылық көрсеткіші 0-ден 1-ге дейін ауытқиды, бұл шамадан тыс мәндерге жету екіталай. Кредиторлық берешектің болуы, сондай-ақ алынған аванстар несиелер мен қарыздар болмаған жағдайда да максималды мәнге жетуге мүмкіндік бермейді. Жалпы қабылданған қалыпты мән: 0,5 және одан да көп (оңтайлы 0,6-0,7), алайда, іс жүзінде бұл салаға байланысты. «Azala Textile» ЖШС, «Бал Текстиль» ЖШС және «Azala Cotton» ЖШС-нің қаржылық тұрақтылығын 16-суретте қарастырамыз.



Сурет 16 – Тоқыма кәсіпорындарының қаржылық тұрақтылығы

Ескертпе – [106], [107], [108] негізінде автормен құрастырылды және есептелді

16-сурет бойынша «Azala Textile» ЖШС-нің қаржылық тұрақтылығы 2017 жылы 0,22 болса, 2018 жылы 0,27-ге жеткен, ал 2019 жылы біршама төмендеп 0,17 құрап отыр. «Azala Cotton» ЖШС-нің қаржылық тұрақтылығы 2017-2018 жылдары 0,04-ке тең болса, 2019 жылы 0,03 құраған. Ал «Бал Текстиль» ЖШС бойынша қарастыратын болсақ, Д-қосымшаға сәйкес кәсіпорын 2017-2019 жылдар аралығында жылды шығынмен қорытындылап отыр, яғни залал нәтиже орын алып отыр. «Бал Текстиль» ЖШС жылды шығынмен аяқтауы оны қаржылық тұрғыдан тұрақсыз немесе қызметін жалғастыра алмайды деп айта алмаймыз. Мысалы, Tesla компаниясы 2003 жылы құрылған болса, сол

уақыттан бастап 2019 жылға дейінгі аралықта жылды бірде-бір рет таза пайдамен қорытындылаған жоқ екен. 2019 жылды Тесла компаниясы 862 миллион АҚШ доллары көлемінде шығынмен аяқтады [110].

Жалпы «Azala Textile» ЖШС, «Бал Текстиль» ЖШС және «Azala Cotton» ЖШС-нің инновациялық әлеуетін зерттеу арқылы олардың кадрлық және қаржылық әлеуетіне жан-жақты талдау жүргіздік. Үш кәсіпорында да жылдан-жылға қызметкерлер саны артып келеді, бұл кәсіпорындардың өндіріс көлемін ұлғайтып, тауарлар ассортиментін жылдан-жылға кеңейтіп отырғандығын білдіреді. Әрине бұл кадрлық әлеуеті тұрғысынан кәсіпорындардың инновациялық қызмет түрлерін іске асыруға қабілеттілігінің бар екендігін көрсетіп отыр. Сонымен қатар, зерттеу барысында «Azala Textile» ЖШС мен «Бал Текстиль» ЖШС-де қызметкерлердің тұрақтамау коэффициентінің жоғары екендігін көрсетіп отыр, яғни 2019 жылы «Azala Textile» ЖШС бұл көрсеткіш 0,4 коэффициентке, «Бал Текстиль» ЖШС-де бұл көрсеткіш 0,6 коэффициентке тең болып отыр. Ал «Azala Cotton» ЖШС-де қызметкерлердің тұрақтамау коэффициенті аса жоғары емес. Сонымен қатар зерттеу барысында үш кәсіпорында да ҒЗТКЖ жүргізілмейтіндігі белгілі болды. Әрине ҒЗТКЖ жүргізбей-ақ, кәсіпорынға инновацияларды патенттер, лицензиялар, өнеркәсіптік үлгілер және басқада зияткерлік меншік нәтижелері түрінде сырттан сатып алу арқылы да инновациялық қызметті іске асыруға болады. Бірақ кәсіпорын ішінде ҒЗТКЖ жүргізіп, оның нәтижесінде инновацияларды енгізетін болса, ол сырттан әкелінген инновацияға қарағанда кәсіпорынға көбірек, әрі ұзақ жылдар бойы пайда әкелетін болады. Сондықтан да үш кәсіпорында да алдағы уақытта адами капиталды дамыту бойынша көбірек жұмыс жасау қажет. Тоқыма саласындағы соңғы жаңалықтар мен өзгерістерді ескере отырып түрлі семинар тренинг, мастер класс, басқа да іс-шараларды ұйымдастырып, ҒЗТКЖ жүргізуге көңіл бөлу қажет.

Зерттеу барысында белгілі болғандай «Azala Textile» ЖШС мен «Бал Текстиль» ЖШС-де қаржы-шаруашылық қызметтің нәтижесінде кірістер және міндеттемелер есебінен негізгі құралдарды және айналым активтерін, оның ішінде тауарлы-материалдық қорлар көлемін толықтыруға бағыттай отырып, кәсіпорынның материалдық-техникалық жағдайын нығайту мақсатында капиталдандыру жүргізілген. Ал «Azala Cotton» ЖШС жаңадан құрылған кәсіпорын болғандықтан, қаржы-шаруашылық қызметтің нәтижесінде оның негізгі құралдарын толықтыруға емес, керісінше міндеттемелерін азайту бағытында жұмыстар атқарылған. Жалпы үш кәсіпорында да алдағы уақытта күшті стратегиясы бар кәсіпорындарға тән қасиет орын алып отыр.

Зерттелген тоқыма кәсіпорындарында өнімдік, процестік және ұйымдастырушылық инновациялар бойынша белсенділіктің бар екендігі белгілі болды, бірақ маркетингтік инновация бойынша белсенділік байқалмады. Алдағы уақытта отандық тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқаруда маркетингтік инновацияға көбірек көңіл бөлу қажет. Себебі, елімізде өндірілетін тоқыма өнімдері негізінен табиғи шикізаттардан өндіріледі. Сондықтан да отандық тоқыма кәсіпорындары маркетингтік

инновацияны енгізетін болса, олардың инновациялық белсенділігі одан әрі жоғарылап, отандық тоқыма өнімдеріне сұраныс көлемі артатын болады [60, б.31].

Қазақстан Республикасы тоқыма өнімдері өндірісінің ағымдағы жағдайын, олардағы инновациялық үдерістерді және инновациялық белсенділігіне әсер ететін факторларды, сонымен қатар тоқыма кәсіпорындарының инновациялық әлеуетін талдау нәтижесінде келесідей қорытынды жасалды:

Елімізде тоқыма өндірісін дамыту үшін шикізаттан бастап қосылған құны жоғары дайын өнім өндіруге дейінгі үдерістерді толық қамтамасыз етуге барлық жағдайлар бар екендігі белгілі болды. Бірақ өндіріс саласын мемлекет тарапынан қолдауға арналған түрлі шаралардың, индустриалды-инновациялық даму бағытындағы бағдарламалардың қабылданып, іске асырылып келе жатқандығына қарамастан, тоқыма саласы алға бастайтын инновациялық дамуды көрсете алмай келеді. Бұл тоқыма саласын дамыту үшін қосымша арнайы шараларды қабылдауды қажет етеді.

Тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігіне әсер ететін факторлар жан-жақты қарастырылды, олардың ішінен корреляциялық-регрессиялық талдаулар нәтижесінде өткізілген инновациялық өнімнің көлемі, ірі және орта кәсіпорындар саны, Экспортқа шығарылған өнім көлемі, негізгі капиталға инвестициялар, жұмысшылардың орташа жалақысы сияқты факторлар тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігімен тығыз байланысты екендігі анықталды.

Тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқаруды қамтамасыз ететін олардың инновациялық әлеуетіне талдау нәтижелері тоқыма кәсіпорындарында автоматтандыру деңгейінің төмендігі, әлі күнге дейін қолмен атқарылатын жұмыстардың көптігінен еңбек өнімділігінің төмендігі, нәтижесінде кадрлардың тұрақтамау коэффициентінің жоғарылығы, ҒЗТКЖ және маркетингтік инновация бағытында жұмыстар жүргізілмейтіндігі белгілі болды.

Жалпы зерттелген отандық тоқыма кәсіпорындарында инновациялық белсенділік бар, дегенмен алдағы уақытта бәсекеге қабілеттілікті арттыру үшін кәсіпорынның инновациялық белсенділігін басқаруға ерекше мән беру қажет. Бұл тоқыма кәсіпорындарында өнім инновациясы, процестік инновация, маркетингтік инновация және ұйымдастырушылық инновациялар бойынша біз ұсынған Ұлттық экономикада тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділік көрсеткіштерін негізге ала отырып, олардың әрбірі бойынша нақты жұмыс жасауды қажет етеді.

3 ҚР ТОҚЫМА ӨНЕРКӘСІБІ КӘСІПОРЫНДАРЫНЫҢ ИННОВАЦИЯЛЫҚ БЕЛСЕНДІЛІГІН БАСҚАРУДЫ ЖЕТІЛДІРУ

3.1 Салалық кәсіпорындардың инновациялық белсенділігін басқару бойынша мемлекеттік ынталандыру шаралары

Елімізде индустриалды – инновациялық дамуды қамтамасыз ететін алғашқы бағдарламалар 2000 жылдан бастап іске асырыла бастады. Бұл бағдарламаларды іске асырудың негізгі стратегиялық мақсаты ел экономикасын әртараптандыру және оның бәсекелік қабілеттілігін қамтамасыз ету болып табылды. Осы мақсатта Үкімет тарапынан көптеген бағдарламалар қыбалданып іске асырылды. 2020 жылы индустрияландырудың алдағы үшінші бесжылдығы, яғни Қазақстан Республикасын индустриялық-инновациялық дамытудың 2020-2025 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасын іске асыру басталды. Бұл бағдарламаға сәйкес Үкімет тарапынан жоғары технологиялық өнімдер мен көрсетілетін қызметтерді экспорттаушы кәсіпорындарды ынталандыруға ерекше көңіл бөлінеді. Мемлекеттік қолдау тетігі барынша кәсіпорындардың экспортқа бағдарланған даму моделіне көшуін ынталандыратындай етіп құрылады. Осы тетік сондай-ақ сыртқы инвестицияларды тарту мен ұстап қалуға да бағытталатын болады. Өңдеуші өнеркәсіптегі технологиялар мен инновацияларды дамыту жөніндегі шаралар қазақстандық тауарлар мен көрсетілетін қызметтердің стратегиялық бәсекелік артықшылықтарын дамытудың түйінді факторына айналады [1].

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 Қазақстан үшін экономиканың стратегиялық маңызды салаларының бірі болып табылады. Саланың серпінді дамуы ел өңірлерінің экономикасына, қосымша жұмыс орындарын ашуға, халықтың әл-ауқатын жақсартуға, экономикалық тұрғыдан қауіпсіздікті қамтамасыз етуге, сонымен қатар орта және шағын кәсіпкерліктің 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 өңдеуге арналған тоқыма кәсіпорындары шоғырланған.

Бүгінгі таңда қазақстандық тоқыма кәсіпорындары өндірісті дамыту және халықаралық нарыққа шығу үшін бар мүмкіндіктерді максималды түрде пайдалана отырып, салаға инновацияларды енгізу арқылы қол жеткізе алады. Шетелдік тәжірибеге сәйкес инновациялар негізінен ҒЗТКЖ нәтижесінде пайда болады және іске асырылады. Ал ҒЗТКЖ жүргізу және оның нәтижелі болуы көп жағдайда тікелей қаржыландырумен байланысты. Қазіргі уақытта ҒЗТКЖ қаржыландыру көлемі әр елде әртүрлі болып отыр. Мысалы, АҚШ-та ҒЗТКЖ-ны мемлекеттік қаржыландырудың жалпы көлемі ЖІӨ-нің 2,7%-ын құрайды (бұл көлемді 3%-ға дейін ұлғайту жоспарлануда). Ресейде ҒЗТКЖ-ны мемлекеттік қаржыландыру көлемі ЖІӨ-нің 1,1%-ын, Еуропа елдерінде – 2,3%-

ын [111], Оңтүстік Кореяда – 4,2%-ын құрайды [112], ал Қазақстанда бұл көрсеткіш 0,13%-ды құрап отыр [113].

Тоқыма өнеркәсібі саласында күннен-күнге бәсекелестік артып келеді. Бүгінгі таңда негізінен әлемдік тоқыма өнімдері нарығының басым бөлігі, яғни 60%-ы Қытай, Германия және Еуроодақ елдеріне тиесілі. Әсіресе соңғы жылдары «ақылды» тоқыма саласында АҚШ пен Германия көшбастап тұр. Бұл сала сыртқы ортаның өзгеруіне, яғни ауа райы, ылғалдылық, қысымға жауап беруге қабілетті мата жасауға бағытталған ғылыми-зерттеуді қажет етеді [114].

ЕО-да тоқыма және сән тауарларының жетекші өндірушілері - Италия, Германия, Франция, Испания, Португалия, Ұлыбритания, Бельгия, Польша, Румыния және Австрия. Олар әртүрлі салаларда қолданылатын киім, кілем, үй тоқымасы, целлюлоза талшықтары және техникалық тоқыма шығарады. Еуропада тоқыма және сән компаниялары негізінен шағын және орта бизнес болып табылады. Оларда 1,69 миллион адам тікелей жұмыс істейді, олардың 70% - ы әйелдер [115].

Зерттеулер барысында белгілі болғандай Еуропа елдерінде, оның ішінде Польшада соңғы жылдары тоқыма өнеркәсібінің жағдайы күрделі екендігі белгілі болып отыр. Бұл негізінен Азия елдеріндегі тоқыма өндірісінің жедел дамуы және өндірілетін тоқыма өнімдері өзіндік құнының біршама төмен болуынан орын алған. Бүгінгі таңда ЕО тарапынан тоқыма өндірісіне жаңа технологияларды енгізу және оларды дамыту, осы саладағы кәсіпорындарды жаңғырту бойынша түрлі шаралар қабылдағанымен Польшадағы тоқыма кәсіпорындарының басым бөлігі инновациялық қызметті дамытуға айтарлықтай қызығушылық танытпай келеді. Польшадағы тоқыма кәсіпорындарының тек 13%-ы ғана ҒЗТКЖ жұмыстарын жүргізеді, ал Италияда, Германияда бұл көрсеткіш 70%-ға дейін жетіп отыр. Польшадағы тоқыма кәсіпорындарындағы негізгі мәселе инновацияларды енгізу және жеке ғылыми-зерттеу жұмыстарын жүргізудің деңгейі төмен күйінде қалып отыр. Бұл Польшадағы тоқыма кәсіпорындарының инновациялық дамуының төмендігін көрсетеді, сондықтан біршама компаниялар өз қызметтерін тоқтатқан. Жалпы ЕО елдерінде тоқыма кәсіпорындарының 85%-ға жуығы инновацияға инвестиция салатын болса, олардың ішінде Италия мен Германияда – 90%-дан жоғары, ал бұл көрсеткіш Польшада небәрі 50% шамасында. [116].

Германияда университеттер, мемлекеттік және жартылай мемлекеттік ғылыми зертханалар мен институттар жүргізетін іргелі зерттеулерді негізінен мемлекет қаржыландырады, сонымен қатар жеке сектордағы инновациялық әзірлемелерге селективті қолдау көрсетеді [117]. Германияның ғылымы мен инновациясының құқықтық және институционалдық негізінің ерекшелігі - барлық қатысушылардың әрекеттерін үйлестіретін орталықтандырылған жүйенің болмауы, бұл елдің федералды құрылымымен түсіндіріледі, яғни әр федералды жер өз мүдделеріне сай әрекет етуге, өңір үшін қажетті және перспективалы ғылым мен инновацияның бағыттарын анықтауға құқылы. Бұл жергілікті биліктің инновациялық ортаны (технопарктер, ғылыми орталықтар және т.б.) құрудағы белсенді рөлін түсіндіреді. Сондықтан болса керек,

Германиядағы инновациялық белсенділік дәрежесі оның әртүрлі өңірлерінде ерекшеленеді. Жетекші инновациялық орталықтар негізінен елдің оңтүстік-батысында орналасқан.

АҚШ-тың жеңіл өнеркәсібі елдің өндірістік секторының ең ірі, әртараптандырылған сегментінің бірі болып табылады. АҚШ-тың тоқыма және жеңіл өнеркәсібінде 6 мыңнан астам кәсіпорын жұмыс істейді, олар шағын, орта және жаңа өндірістік жабдықтармен жабдықталған ірі заманауи фабрикалар болып бөлінеді. Сонымен қатар, АҚШ-та AFFOA ғылыми кешені құрылды, оның мақсаты нанотехнологияны қолдана отырып, инновациялық тоқыма жасау және енгізу, алдыңғы қатарлы талшық пен мата технологиясын дамыту және өндіру бойынша ұлттық кәсіпорынды басқару арқылы тоқыма өнеркәсібін жандандыру болып табылады [118].

АҚШ-та техникалық прогрестің негізгі қозғаушыларының бірі ШОК секторының кәсіпорындары болып табылады, олардың инновациялық белсенділігі ірі кәсіпорындарға қарағанда бірнеше есе жоғары, мысалы, шағын фирмалардағы инновациялық нәтижелер ірі кәсіпорындарға қарғанда 4 есе көп, ал шағын фирмаларда инновацияларды әзірлеу мерзімдері ірі кәсіпорындарға қарағанда 2 есе аз. Бұл ретте ШОК секторындағы 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 [119].

АҚШ-та мемлекет тарапынан инновацияларды қаржыландыруға ерекше мән беріледі. Әсіресе шағын кәсіпорындардың инновациялық жобаларын қолдауда АҚШ-тың Шағын бизнес әкімшілігі (SBA) тікелей жұмыс жасайды істейді. Инновациялық қызмет саласындағы шағын бизнеске арналған бағдарламаларға қатысу үшін белгіленген критерийлерге сәйкес болу қажет. Атап айтқанда, АҚШ - тың резиденті болу қажет; - 500-ден аспайтын қызметкері бар коммерциялық ұйым, оның кемінде 2/3-і жоғары білікті зерттеушілер, әзірлеушілер және талдаушылар болуы тиіс. Сондай-ақ, компания басқа компанияның бөлімшесі немесе филиалы болмауы керек. Заңды тұлғаның мамандануы іргелі және қолданбалы зерттеулердің конкурстық тақырыбына сәйкес келуі тиіс [111, б.85]. Осы аталған талаптарға сай келетін кәсіпорындар мемлекет тарапынан қомақты қаражатпен қамтамасыз етілетін болады. Әрине аталған талапқа сай болу бұл кәсіпорынның инновациялық жобаларды жүзеге асыруға дайын екендігін білдіреді. Сондықтан да АҚШ-тағы шағын кәсіпорындардың инновациялық белсенділігі ірі кәсіпорындармен салыстырғанда жоғары болып отыр.

Сонымен қатар АҚШ-та елдің ұлттық мүдделері саласына басқа елдердің ғылыми қоғамдастығының дарынды кадрларын тарта отырып, ғылыми ынтымақтастық және бірлескен зерттеулер бағдарламаларын іске асыру үшін Ұлттық ғылыми қоры құрылған. Бұл мамандарды өз елінде даярлаумен қатар,

шетелдерден де білікті кадрларды тарта отырып инновацияларды жылдам іске асыруға және оның нәтижесінен көбірек пайда алуға мүмкіндік береді.

АҚШ-тағы ғылыми-зерттеу және инновацияның негізгі үйлестірушісі федералды мемлекеттік органдар болып табылады: АҚШ Энергетика министрлігі Энергетика департаменті Ғылым басқармасы (U.S. Department of Energy Office of Science), Сауда министрлігі Ұлттық ғылыми және технологиялық зертханалық зерттеулер институты (The National Institute of Standards and Technology), Ұлттық Ғылым Қоры (National Science Foundation), ұлттық қауіпсіздік саласындағы зерттеулер мен әзірлемелерді қадағалайтын арнайы федералды қызметтер. Дәл осы құрылымдар зерттеушілер конкурстарда бәсекелесетін мемлекеттік тапсырысты қалыптастырады және ғылым мен инновация саласының институционалдық негізін құрайды [111, б.84]. Сондай-ақ, инновацияларды қаржыландыруға жыл сайын 2 млрд. АҚШ доллары көлемінде қаржы бөлінеді [120].

Көптеген сарапшылар инновациялық қызметті іске асыруда 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. байланысты шағын кәсіпорындарға инновацияларды енгізу өте күрделі деп есептейді [121], ал кейбір ғалымдар шағын кәсіпорындар инновацияларды енгізуге қатысты ең икемді ретінде инновациялық дамудың негізгі қозғаушы күші болып табылатындығын айтады [54, б.156], бірақ АҚШ тәжірибесіне сәйкес шағын кәсіпорындар шектеулі ресурстық мүмкіндіктерге ие бола отырып, үлкен тәуекелдермен байланысты инновациялық қызмет саласында жоғары белсенділік танытып отыр. Әрине АҚШ-тағы шағын кәсіпорындардың инновациялық белсенділігі жоғарылығы мемлекет тарапынан тікелей қолдау шараларының болуымен байланысты деп есептейміз.

Қазіргі уақытта біздің отандық тәжірибеде шын мәнінде шағын тоқыма кәсіпорындарының орта және ірі кәсіпорындарға қарағанда инновациялық қызметті іске асыруға қаржылық және басқа да мүмкіндіктерінің шектеулі болуына байланысты инновациялық белсенділігі төмен. Дегенменде халықаралық тәжірибелерден белгілі болып отырғандай мемлекет тарапынан қолдау тетіктері жоғары деңгейде ұйымдастырылатын болса, шағын кәсіпорындар да инновациялық тұрғыдан белсенді болып, нарықта бәсекеге қабілетті өнім шығаруға мүмкіндіктері бар екендігі белгілі болып отыр.

Еліміз экономикасын жаңғыртудың бүгінгі таңдағы негізгі бағыттары технологиялық жағынан жетілдірілген және инфрақұрылымдық базаны талапқа сай жаңғыртуға арналған түрлі деңгейдегі, яғни шағын, орта және ірі кәсіпорындарды, сонымен қатар тұтас салаларды да инновациялық тұрғыдан белсенділігін арттыруды көздейді. Қазіргі уақытта әлемдік деңгейде түрлі салаларда бәсекелестіктің күннен күнге артуы, сонымен қатар түпкілікті тұтынушылар тарапынан өнімнің сапасы мен жаңашылдығына қойылатын талаптардың артуы да осыған алып келеді. Сондай-ақ, әлемдік нарықтардың

жаһандануы ел экономикасындағы инновациялық құрамдас бөліктерді жандандыру қажеттілігіне үлкен әсер етуде, бұл өндірушілер арасында бәсекелестік деңгейінің жоғарылауына алып келуде.

Жеке кәсіпорын үшін инновациялық белсенділік нарықтың талаптары мен тұтынушылардың сұранысына негізделуі керек және ол бәсекеге қабілеттілік деңгейі өсуінің қажетті шарты болып табылады. Әлемдік нарыққа шығу жолын көздеген ел ретінде Қазақстан үшін дәл осы инновациялық белсенділік белгіленген жоспарларды іске асыруға қабілетті базалық элемент бола алады. Осыған байланысты елімізде мемлекеттік деңгейде дамудың басым салаларының бірі ретінде тоқыма саласы көрсетілген [118, б.136] және оған негіз бар екендігін жоғарыдағы талдаулар барысында қарастырдық. Экономикалық дамудың инновациялық жолы жоғары технологиялық өндірістерді құру, қолданыстағыларын жаңғырту негізінде бәсекелестік артықшылықтарды қамтамасыз етуді көздейді.

Отандық тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқаруда мемлекеттік деңгейде нақты қолдау шараларының іске асырылуы бұл осы салада қызмет ететін кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілігін арттыруда маңызды болып табылады. Өйткені тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқаруды жетілдіруді бір жақты қарастыру, яғни тек кәсіпорын деңгейінде ғана инновациялық қызметті дамыту айтарлықтай толық нәтиже бермейді. Дамыған елдердің тәжірибелері көрсетіп отырғандай, кәсіпорындардың инновациялық белсенділігін арттыруға мемлекеттік қолдаулардың да қажет екендігі белгілі болып отыр.

Отандық тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін мемлекет тарапынан (макро деңгейде) қолдау және дамытуда олардың қолда бар инфрақұрылымдарын қайта құрылымдау арқылы жұмыс істеп тұрған құрылымдардың тиімділігін, күшті жақтары мен пайдаланылмаған мүмкіндіктерін талдау арқылы, оларға жан-жақты мемлекеттік қолдау көрсету қажет.

Жоғарыда қарастырып өткеніміздей дамыған елдердің тәжірибелерінен белгілі болып отырғандай кәсіпорындардың инновациялық қызметін дамытуға, олардың инновациялық белсенділігін арттыруға мемлекет тарапынан ауқымды қолдау шаралары қарастырылған және оны арнайы мемлекеттік мекемелер іске асырады. ЭЫДҰ 21 елде жүргізген соңғы зерттеулерінің бірі кәсіпорындардың инновациялық қызметін мемлекеттік қолдау осы кәсіпорындардың ҒЗТҚЖ-ға инвестициясының 40-70%-ға артуына әкелетінін көрсетті [122].

Бүгінгі таңда елімізде мемлекет тарапынан тоқыма саласын дамытуға көптеген жағдайлар жасалауда, оның ең негізгілерінің бірі отандық тоқыма өнеркәсібін дамыту мақсатында құрылған «Оңтүстік» АЭА болып табылады. Бұл аймақтың артықшылықтары шикізат базаларына жақындығы, кәсіпкерлерге жер телімдерін тегін жалға беру мүмкіндігі, дайын инфрақұрылым, инвестициялық преференциялар және т.б. Сонымен қатар, «Оңтүстік» АЭА-да сатылатын тауарлардың ҚҚС-ы, корпоративтік табыс салығы, мүлік салығы, жер салығы және кедендік баж төлемдерінен босату

бойынша жеңілдіктер қарастырылған. Одан басқа бүгінгі отандық өндірісті дамыуға арналған түрлі бағдарламалар арқылы экспортқа өнім шығаратын кәсіпорындарды қолдау, жеңілдетілген несиелер беру және басқада қолдаулар қарастырылып отыр. Бірақ, осындай мемлекет тарапынан көптеген қолдау шаралары бар болғанымен еліміздегі жұмыс істеп тұрған тоқыма кәсіпорындарының бәсекеге қабілеттілігі әлі де төмен, олар серпінді дамуды, инновациялық өнім түрлерін көптеп шығаруды қамтамасыз ете алмай келеді [60, б.22]. Ал тоқыма өндірісіне ең қажетті болып табылатын шикізаттар мақта, жүннің басым бөлігі шетелдерге шикізат түрінде экспортталып отырғандығын жоғарыда қарастырып өттік.

Жоғарыдағы статистикалық мәліметтерде қарастырып өткеніміздей бүгінгі таңда тоқыма кәсіпорындарының өнімдері ішкі нарықтың небәрі 10% - ын ғана қамтамасыз етіп отыр. Ал қалған қажетті тоқыма өнімдері импорт есебінен жүзеге асырылуда. Сарапшылардың пікірінше, елдің экономикалық қауіпсіздігін қамтамасыз ету үшін отандық тоқыма тауарларымен ішкі нарық кемінде 30% толықтырылуы қажет [123].

Сондықтан да мемлекет тарапынан тоқыма кәсіпорындарының бәсекеге қабілеттілігін арттыруға, олардың отандық өндірісті дамытудағы үлесін арттыру үшін тікелей осы салаға бағытталған жүйелі жұмыстарды іске асыру қажет деп есептейміз. Бүгінгі таңда отандық тоқыма кәсіпорындарының бәсекеге қабілеттілігін арттырудың бірден-бір жолы олардың инновациялық белсенділігін арттыру болып табылатынын атап өткен болатынбыз. Зерттеулер барысында белгілі болғандай тоқыма кәсіпорындары өздерінің инновациялық қызметті іске асыруға, бәсекеге қабілетті, инновациялық өнімдер шығаруға мүдделі. Дегенменде, оларға мемлекет тарапынан инновациялық белсенділікті арттыруға бағытталған қосымша нақты қолдау шараларының қажеттігін белгілі болып отыр.

Әрине бүгінгі күнге дейін мемлекет тарапынан еліміздің инновациялық дамуын қамтамасыз ету бағытында көптеген жұмыстар атқарылды және бұл жұмыстар әлі де жалғасуда. Мемлекет тарапынан инновациялық дамуды қамтамасыз ету мақсатында заңдар, мемлекеттік бағдарламалар мен стратегиялық құжаттар қабылданды. Олардың негізгілерін атап айтатын болсақ, 2002 жылдың 3 шілдесінде қабылданған ҚР-ның «Инновациялық қызмет туралы» Заңы; 2006 жылдың 23 наурызында қабылданған ҚР-ның «Инновациялық қызметті мемлекеттік қолдау туралы» Заңы; 2012 жылдың 9 қаңтарында қабылданған ҚР-ның «Индустриялық-инновациялық қызметті мемлекеттік қолдау туралы» Заңы. Бұл заңдар осы салада кейінгі шыққан заңдармен күші жойылып отырды. Бүгінгі таңда инновациялық қызмет саласын мемлекеттік реттеуде 2015 жылы 29 қазанда қабылданған Қазақстан Республикасының Кәсіпкерлік Кодексі негізгі құжат болып табылады.

Осы аталған заңдармен қатар көптеген мемлекеттік бағдарламалар да қабылданып іске асырылды. Атап сайтсақ, Қазақстан Республикасының Индустриялық-инновациялық дамуының 2003-2015 жылдарға арналған стратегиясы; 2005-2015 жылдарға арналған Қазақстан Республикасының

ұлттық инновациялық жүйесін қалыптастыру және дамыту жөніндегі бағдарламасы; 2010-2014 жылдарға арналған Қазақстан Республикасын үдемелі индустриялық-инновациялық дамыту жөніндегі мемлекеттік бағдарламасы; 2015 - 2019 жылдарға арналған Қазақстан Республикасын индустриялық-инновациялық дамытудың мемлекеттік бағдарламасы; Қазақстан Республикасының 2020 жылға дейінгі инновациялық даму тұжырымдамасы.

Бұл қабылданған тұжырымдама және бағдарламалар күтілгендей нәтижелерді беріп келеді деп толықтай айта алмаймыз. Мысалы, Қазақстан Республикасының 2020 жылға дейінгі инновациялық даму тұжырымдамасынан күтілетін нәтижелерге сәйкес инновацияның барлық түрін қоса алғанда еліміздегі инновациялық белсенді кәсіпорындар үлесін 2011 жылғы 7,1%-дан 2020 жылға дейін 50%-ға жеткізу көзделген болатын. Бірақ статистикалық мәліметтер бойынша 2020 жылы республика бойынша инновациялық белсенді кәсіпорындар үлесі 11,5%-ды құраған. Осы тұжырымдамада ҒЗТКЖ шығыстардың ЖІӨ-дегі үлесін 2011 жылғы 0,18%-дан 2020 жылға қарай 2%-ға дейін жеткізу көзделген болатын [124], бірақ 2020 жылы оның үлесі 0,13%-ды құраған [113, б.6].

Сонымен қатар елімізді индустриалды-инновациялық дамыту бағытындағы жоғарыда атап өткен, қабылданған әрбір жаңа бағдарлама бұрын қабылданған бағдарламалардың қисынды жалғасы болып табылады және оларды іске асыру тәжірибесін ескереді. Бұл ретте, сарапшылардың пікірінше қабылданған жаңа бағдарламаларда инновациялық саясаттың сабақтастығы нашар көрсетілген, сондай-ақ, жаңа шаралар мен қабылданып жатқан міндеттердің сабақтастығы жоқтығын көрсетеді және инновациялық инфрақұрылымды дамытудың ағымдағы жағдайы қарастырылмаған [125].

Қазіргі уақытта Қазақстандағы инновациялық қызметті мемлекеттік қолдаудың маңызды құралдарының бірі инновациялық гранттар болып табылады. Олар 3 негізгі бағыт бойынша беріледі: коммерцияландыруға арналған инновациялық гранттар, жұмыс істеп тұрған кәсіпорындарды технологиялық дамытуға арналған инновациялық гранттар және салаларды технологиялық дамытуға арналған инновациялық гранттар [126].

Бұл инновациялық гранттарды технологиялық даму саласындағы ұлттық даму институттары ұйымдастырады. Соңғы жылдары инновациялық қызметті мемлекеттік қолдау шараларын іске асыруға уәкілетті технологиялық даму саласындағы ұлттық даму институттарында да жиі өзгерістер орын алды. Мұндай өзгерістердің жиі орын алуы даму институттарының міндеттері мен қызметтерін үнемі қайта қарау қолдау шараларының бизнес-үдерістерін ұйымдастыруға да, инновациялық қызметті мемлекеттік қолдау шаралары туралы кәсіпкерлердің, халықтың хабардар болу деңгейіне де кері әсерін тигізеді.

Жалпы кез-келген мемлекеттің ұлттық инновациялық жүйесінің негізін сол елдегі инновациялық қызметті іске асыратын кәсіпорындар құрайтынын ескеретін болсақ, мемлекет тарапынан отандық кәсіпорындардың, олардың ерекшеліктерін ескере отырып инновациялық белсенділігін арттыруға ерекше

көңіл бөлінуі қажет. Еліміздегі тоқыма саласы құрылымының ерекшелігі жоғарыда қарастырып өткеніміздей тоқыма кәсіпорындарының басым бөлігін шағын кәсіпорындар құрайды. Инновациялық қызметті іске асыруда тоқыма саласындағы отандық шағын кәсіпорындардың қаржылық, ақпараттық, адами және басқарушылық ресурстар бойынша мүмкіндіктері шектеулі, өйткені инновацияларды енгізу қомақты қаражатты қажет етеді және ол үнемі ойдағыдай нәтиже бермеуі де мүмкін, яғни тәуекелі де жоғары. Сондықтанда мемлекет тарапынан қолдау шараларын қажет етеді. Дамыған елдердің тәжірибесі кәсіпорындардың, әсіресе шағын кәсіпорындардың инновациялық қызметі мемлекет тарапынан үлкен қолдауларға ие екендігін көрсетіп отыр.



Сурет 17 - Тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқаруды мемлекет тарапынан ынталандыру

Ескертпе – Автормен құрастырылды

Біздің ойымызша тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқаруда мемлекет қаржылық, әкімшілік және инфрақұрылымдық ықпал ету тетіктерін қатар қолдану қажет. Мұнда мемлекет тек қаржылық көмек көрсетумен ғана шектеліп қалмай, сонымен әкімшілік тетіктер арқылы қолдау және инфрақұрылыммен қамтамасыз етуге ерекше мән беруі қажет (17-сурет). Бұл тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін арттыруға мемлекет тарапынан жан-жақты қолдау шараларын қамтамасыз ететін болады.

17-суретте келтірілген тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқаруды мемлекет тарапынан ынталандыру механизмін іске асыруда ықпал етудің қаржылық, әкімшілік және инфрақұрылымдық тетіктерінен пайдалану ұсынылып отыр. Қаржылық тетіктер арқылы мемлекет тарапынан субсидиялар бөлу, инновацияларды енгізу үдерісінде және енгізгеннен кейін бірнеше жыл салықтық жеңілдіктер беру және МЖӘ орнату мен шетелдік инвестицияларды тарту тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін арттыруға тікелей әсер етеді. Өйткені инновацияны енгізу бұл қомақты қаржыны қажет етеді және оның тәуекелі де жоғары. Сондықтанда мемлекет тарапынан ұсынылатын жан-жақты қаржылық қолдаулардың болуы бұл отандық тоқыма кәсіпорындарына инновацияны енгізуге мүмкіндік береді.

МЖӘ негізінде және шетелдік инвесторлардың қатысуымен жаңа біріккен орта және ірі тоқыма кәсіпорындарын құру бойынша кешенді шараларды қабылдау қажет. Себебі жоғарыда корреляциялық - регрессиялық талдау негізінде тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігінің көпфакторлы моделі бойынша талдау нәтижелері еліміздегі орта және ірі тоқыма кәсіпорындарының саны көбейетін болса отандық тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігі артатынын көрсетті.

Әкімшілік тетіктер арқылы отандық өндірушілердің инновациялық белсенділігін дамыту бойынша мемлекеттік бағдарлама әзірлеу, ғылым мен өндіріс арасында байланыстарды жақсарту, авторлардың құқығын қорғайтын заманауи жүйе қалыптастыру тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқаруға, оның тиімділігін арттыруға оң ықпал ететін болады. Бүгінгі таңда индустриалды-инновациялық бағдарламалардың қабылданып, іске асырылып жатқаны белгілі, бірақ ол бағдарламалар елімізде өндіріс көлемін арттыруға, жаңа жұмыс орындарын ашуға оң әсер еткенімен, өндіріс кәсіпорындарының инновациялық белсенділігінің артуына тікелей әсері байқалмай отыр, сондықтанда отандық өндірушілердің инновациялық белсенділігін арттыруға бағытталған арнайы мемлекеттік бағдарлама қажет. Сонымен қатар қазіргі таңда ғылым мен өндіріс арасында байланыс өте әлсіз, бұл мемлекет тарапынан осы байланысты күшейтуге арналған арнайы шаралар қабылдау қажеттігін көрсетіп отыр. Себебі инновация негізінен ҒЗТКЖ нәтижесінде іске асырылатыны белгілі.

Инфрақұрылымдық тетіктер арқылы мемлекет тарапынан ықпал ету отандық тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін арттыруда маңызды болып табылады. Мұнда ең алдымен өндірілген инновациялық өнімдерге мемлекеттік сатып алуларда басымдық беру маңызды. Өйткені инновациялық өнімнің құны қымбаттау болатыны белгілі, ал оны сату бастапқы кезеңде кәсіпорын үшін қиындықтар тудыратыны сөзсіз. Әскери саланы киіммен, төсек орындарымен қамтуда, ауруханаларды төсек орындарын қамтуда, бала-бақшаларды төсек орындарымен қамтуда және басқа да квазимемлекеттік кәсіпорындарда мемлекеттік сатып алуларда тоқыма өнімдеріне қажеттілікті қамтуда отандық тоқыма кәсіпорындардың өнімдеріне басымдық беру керек.

Сонымен қатар тоқыма саласын білікті кадрлармен қамту мәселелерін шешу, жаңа заманауи тоқыма кәсіпорындарын құру сияқты мәселелерді түбегейлі қарастыру қажет. Заманауи құрал-жабдықтар және зертханалармен қамтамасыз етуге көңіл бөлу керек. Себебі, соңғы шығарылған заманауи тоқыма машиналарымен өндірілген өнімдердің өзіндік құны қолданыстағы тоқыма машиналарымен өндіріліген өнімдермен салыстырғанда арзан болады. Зерттеулер барысында белгілі болғандай отандық тоқыма кәсіпорындарының шығындарының құрамында шикізаттан кейін ең көп шығын электр энергиясына және жұмысшылардың жалақысына жұмсалыады. Ал қазіргі заманауи тоқыма машиналары электр энергиясын аз тұтынады және олар автоматтандырылғандықтан өндіріс үдерісінде жұмысшылар саны азаяды. Мысалы, әлемдегі алдыңғы қатарлы Rieter компаниясының соңғы шығарған автоматтандырылған тоқыма машиналарын пайдалану арқылы жұмысшылар санын 30%-ға дейін қысқартуға болады және энергияны тұтынуды бір килограмм иірілген жіпке 10% дейін азайтады [127].

Бүгінгі таңда көптеген дамыған және дамушы елдерде іске асырылып жатқан «Индустрия 4.0» өнеркәсіп өндірісіндегі парадигманың жаңа іргелі ауысуы фабрикалар ішіндегі жетілдірілген цифрландырудың, интернет - технологиялар мен «ақылды» нысандар (машиналар мен өнімдер) саласындағы перспективалы технологиялардың нәтижесі болып табылады. Сондықтан 4.0 индустриясы технологиялық инновация болып саналады [128, 129].

Индустрия 4.0 тұжырымдамасына көшу өндірістік шығындарды оңтайландыру, жаңа табыс көздерінің, жаңа артықшылықтардың пайда болуы, еңбек жағдайларын жақсарту, өндірістегі жазатайым оқиғалар мен жарақаттануды азайту есебінен кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілігін арттыру мүмкіндігімен негізделген. Әсіресе, COVID-19 «Индустрия 4.0» технологияларын енгізу бойынша мемлекеттік бағдарламалар қабылданған елдерде ғана емес, сонымен қатар «Индустрия 4.0»-ді дамыту бойынша бірыңғай саясаты жоқ елдерде де енгізу қажеттігін көрсетті. Пандемия жағдайында «Индустрия 4.0» - бұл тез өзгеретін жағдайларға бейімделудің тиімді әдісі және бәсекелестікте өмір сүру құралы деп айтуға болады. Пандемия жағдайында цифрлық технологияларды ең баяу енгізетін компаниялар және, тиісінше, елдер ең көп зардап шекті және бұл үрдіс әлі де жалғасуда.

«Индустрия–4.0» бағдарламасы өнім әзірлеу мен сатып алудан бастап өндіріс, логистика және пайдалану процесіндегі қызмет көрсетуге дейінгі барлық кәсіпорын шеңберінде технологиялық, өндірістік және бизнес үдерістерді тігінен цифрландыруды және интеграциялауды көздейді [130]. Кәсіпорын қызметін толықтай цифрландыру нәтижесінде деректер негізінде басқару өнімділікті 20%-ға арттырады, қызмет көрсету мен техникалық қызмет көрсетуге жұмсалатын шығындарды 10%-дан 40%-ға дейін үнемдейді, сонымен қатар «нарыққа шығу уақытын» 20%-дан 50%-ға дейін жылдамдатады [131].

Біздің елімізде де 2018 жылы «Индустрия 4.0» бағдарламасы негізінде «Модельдік цифрлық фабрикалар» жобасы бойынша жұмыстар басталды. Осы

жұмыстар аясында жеті басым сала, жеті жоба бойынша шешім қабылданды. «Модельдік цифрлық фабрикалар» жобасының қатысушылары, бір жағынан, бизнеске заманауи индустриялық технологияларды пайдаланудың артықшылықтарын көрсетуі, екінші жағынан, цифрландыру жолында кәсіпорындарда туындайтын кедергілерді анықтауы тиіс. Бұл тәжірибе индустриялық дамудың басқа сатысына қадам басып отырған компанияларды қолдау шараларын жоспарлау кезінде мемлекеттік деңгейде ескерілетін болады.

«Индустрия 4.0» бағдарламасы шеңберіндегі 2025 жылға қарай Цифрлық технологиялар мүмкіндіктерін көрсететін алаңға айналуға арналған Қазақстанның 7 модельдік цифрлық фабрикасының бірі «Бал Текстиль» ЖШС болып табылады. Осы кәсіпорынның негізінде энергияны үнемдеу және жабдықтың тоқтап қалуын азайту арқылы экономикалық пайда алуға мүмкіндік беретін бірнеше сандық жобалар жүзеге асырылуда. Бұл кәсіпорындағы процестік инновацияны дамытуға оң ықпал ететін болады.

Отандық тоқыма кәсіпорындарының негізгі кадрларының біліктілігін жоғарылату үшін халықаралық деңгейдегі тоқыма саласындағы инновациялық белсенді кәсіпорындарда, ғылыми орталықтарда халықаралық «Болашақ» бағдарламасы немесе басқа арнайы бағдарламалар арқылы қысқа мерзімді тағылымдаман өту мүмкіндіктерін қарастыру және шетелдерден білікті мамандарды тартуға көмектесу, сонымен қатар тоқыма саласы бойынша мамандар даярлайтын отандық жоғары оқу орындарының материалдық техникалық базасын жаңғырту қажет. Себебі тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін арттыруда білікті кадрлармен қамту маңызды болып есептеледі.

Қазіргі уақытта Қазақстанның тоқыма саласындағы кәсіпорындары технологиялық және технологиялық емес инновацияларды енгізуге аса мұқтаж екендігі зерттеу барысында белгілі болды. Себебі бүгінгі таңда халықаралық тоқыма нарығындағы ірі өндіруші елдер арасында бәсекелестік артықшылыққа ие болудың негізгі шарты жоғарыда да атап өткеніміздей отандық тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін арттыру және оны тиімді басқару болып табылады. Сондықтанда мемлекет тарапынан осы жоғарыда аталған тетіктер негізінде кешенді қолдау шаралары қажет.

Қорыта айтатын болсақ, тоқыма өнеркәсібінің дамуы еліміздегі әлеуметтік-экономикалық мәселелердің оң шешімін табуға ықпал етеді. Бұл ең алдымен отанық өндірісті дамытады, экспорттық әлеуетті жоғарылатады, экономикалық қауіпсіздік тұрғысынан тоқыма өнімдерімен ішкі нарықты қамты үлесін арттырады, халықты отандық тоқыма өнімдермен қамтамасыз етеді, жұмыссыздық деңгейін төмендетуге оң ықпал етеді, бюджетке салықтық және басқа да түсімдерді қосымша түсімдерді қамтамасыз ететін болады. Сондықтанда мемлекет тарапынан отандық тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін және олардың бәсекеге қабілеттілігін арттыруда жоғарыда аталған тетіктер арқылы арнайы қолдау шараларын іске асыру қажет.

3.2 Тоқыма кәсіпорындары деңгейінде инновациялық белсенділікті басқаруды жетілдіру бойынша ұсыныстар

Бүгінгі таңда отандық тоқыма кәсіпорындары барлық мүмкіндіктерді пайдалана отырып, өздерінің бәсекеге қабілеттілігін арттыруы тиіс. 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 қажеттігін жоғары атап көрсеттік. Клиенттердің көңілінен шағытан өнім өндіру үшін кәсіпорындар жаңа өнімдерді шығаруға әрекет жасайды. Жаңа өнім түрлерін шығару үшін кәсіпорындар өз бетінше ізденуге тура келеді. Жеке зерттеулер жүргізу арқылы нарыққа ерекше өнімдерді шығаруға талпынады. Бүгінгі таңда оны инновациялар арқылы іске асырып, кәсіпорынға қомақты табыс әкелетін және бәсекелестік артықшылықты қамтамасыз ететін негізгі фактор ретінде қарастырады. Сондықтанда қазіргі уақытта кез-келген кәсіпорынның табысқа жетуінде инновациялық белсенділік маңызды болып табылады [68, б.90].

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.

Кәсіпорындар қызметінде инновациялық тұрғыдан белсенділікті арттыруда, ең алдымен басқару үдерісін тиімді ұйымдастыру қажет. Өйткені қазіргі уақытта кейбір кәсіпорындар өздерінің инновациялық әлеуетінен толық пайдалана алмайды, бәсекелестік күресте қолда бар мүмкіндіктерден толық пайдаланбайды. Бұл кәсіпорынның инновациялық белсенділігін басқарудың дұрыс жолға қойылмағандығын 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 [12, б.68].

Бүгінгі таңда тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқарудың бірыңғай үлгісі 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 [132].

Тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқаруда олардың құрылымын, яғни өлшемі бойынша шағын, орта және ірі кәсіпорындардың ерекшеліктерін ескеру, 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 ҚР Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі Ұлттық статистика бюросы тарапынан инновация статистикасы бойынша зерттеулерге сәйкес өнімдік, процесік, маркетингтік және ұйымдастыр инновациялары бойынша жүргізіліп отырғандығын жоғарыдағы статистикалық мәліметтерден және қабылданған нормативтік құжаттардан көріп, талдау жасадық.

Статистикалық мәліметтерден 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.

Отандық тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының алдында тұрған бүгінгі таңдағы негізгі мәселелерді шешуде өнім өндіру, қызмет көрсету және сату үдерісіне саладағы соңғы жаңалықтарды енгізуге, ҒЗТКЖ өзбетінше және серіктестермен бірлесіп жүргізуге немесе басқа ұйымдардың зияткерлік меншігінен пайдалану құқығын сатып алу арқылы ерекше жаңа немесе жетілдірілген өнім өндіруге, яғни инновациялық тұрғыдан белсенді болуды, бұл ең алдымен отандық тоқыма кәсіпорындарында инновациялық белсенділікті басқарудың нақты үлгінің болуын қажет етеді. Сондықтанда тоқыма кәсіпорындарының инновациялық қызметін тиімді басқарып, оның нәтижелі болуын қамтамасыз етуде нақты басқару үлгісін әзірлеу бойынша зерттеулер жүргізілді. Зерттеулер барысында белгілі болғандай құрылатын үлгінің тиімді жұмыс жасауы үшін, алдымен оның құрылымын анықтап алу қажет. Өйткені тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқаруда оның тиімділігін арттыру тікелей осы үлгіге байланысты. Ол үшін алдымен әзірленетін үлгінің тиімділігін қамтамасыз етуде тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқаруда келесідей құрылымдардың болуы қажет екендігі айқындалды:

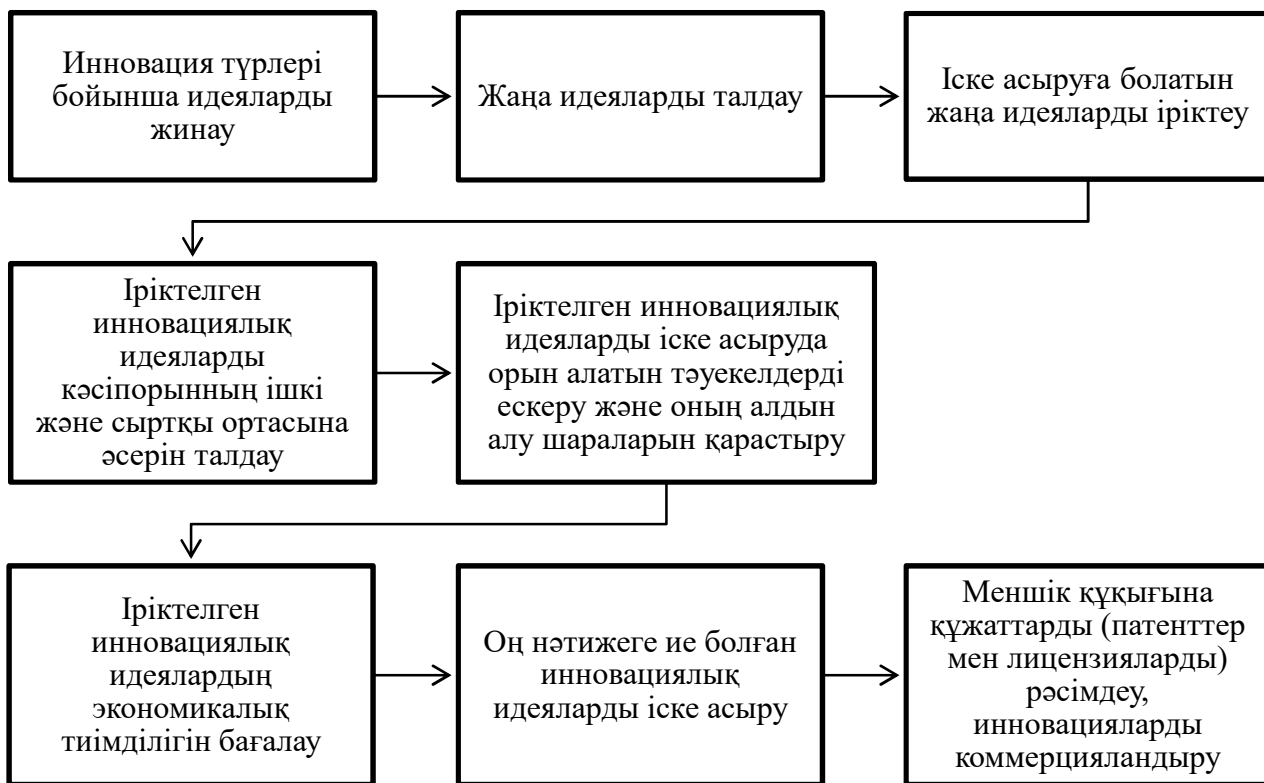
- инновациялық инфрақұрылымды басқару;
- инновациялық үдерістерді басқару;
- инновациялық белсенділік көрсеткіштерінің үлесін арттыру бойынша тиімді басқару жұмыстарын жүргізу.

Бірінші құрылым бойынша инновациялық инфрақұрылымды басқару - бұл инновациялық қызметті іске асыруға қажетті деңгейде инфрақұрылымды қамтамасыз ету қажеттігін көрсетеді. Себебі зерттеулер барысында белгілі болғандай көптеген отандық тоқыма кәсіпорындарында инновациялық қызметті іске асыруға қажетті инфрақұрылым жоқ. Сондықтан инновациялық қызметті іске асыратын тоқыма кәсіпорнында келесідей инфрақұрылым болуы қажет:

- тоқыма өндірісіне қажетті заманауи құрал-жабдықтардың болуы;
- «Зерттеулер және әзірлемелерге (R&D)» арналған бөлім құру немесе тоқыма саласында ғылыми зерттеулер жүргізетін университеттермен, ғылыми - зерттеу институттарымен, шетелдік зерттеу орталықтарымен ынтымақтастық орнату;
- инновациялық үдеріске қатысатын мамандарды дайындауды, оларды қайта дайындауды және талапқа сай біліктілігін арттыруды ұйымдастыру.

Тоқыма кәсіпорындарындағы инновациялық белсенділікті басқаруда инновациялық инфрақұрылым белгілі функционалдық міндеттерді атқаруы тиіс. 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 мамандарды дайындауды, оларды қайта дайындауды және талапқа сай 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. Бұл аталған бөлімнің негізгі функционалдық міндетіне инновациялық өнім немесе қызмет түрлерін әзірлеу, өндіру, тасымалдаудың жаңа әдістерін енгізу, өнімнің сыртқы орауында немесе дизайнында, оны қоймалау, сату бағасын белгілеуде қолданылатын ерекшеліктерді қоса, маркетингтің жаңа әдісін қолдану, кәсіпорынның жұмыс орындарын ұйымдастыру мен сыртқы қатынастарда, іскерлік тәжірибесінде жаңа ұйымдастыру әдістерін енгізу бойынша зерттеулер жүргізу жұмыстары кіреді.

Екінші құрылым бойынша тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқаруда инновациялық үдерістерді басқару өте маңызды болып табылады. Өйткені жаңа идеядан бастап оны инновациялық өнімге жеткізгенге дейінгі кезең осы құрылымның негізгі қызметін құрайды. Сондықтан да бұл құрылым инновация түрлері бойынша идеяларды жинаудан бастап, оң нәтижеге ие болған инновациялық идеяларды іске асыру және оларға меншік құқығын беретін құжаттарды (патенттер мен лицензияларды) рәсімдеу, инновацияларды коммерцияландыруға дейінгі барлық үдерістерді қамтуы тиіс (18-сурет).



Сурет 18 - Инновациялық үдерістерді басқару

Ескертпе – Автормен құрастырылды

18-сурет бойынша инновациялық үдерістерді басқару құрылымының функционалдық міндеттері туралы айтатын болсақ, тоқыма кәсіпорындарында инновациялық белсенділікті басқаруда негізгі аспектілердің бірі жаңа 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 [49, б.48]. 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 [133]. 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 [134]. Кәсіпорында инновациялық идеяларға баса назар аударылатын ынталандырушы ресми және бейресми тетігі 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 асыруда тәуекелдерді 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.

Үшінші құрылымда тоқыма кәсіпорындарындағы инновациялық белсенділік көрсеткіштерінің үлесін арттыру бойынша тиімді басқару жұмыстарын жүргізуде маңызды болып табылады. Өйткені кәсіпорында инновациялық қызмет үздіксіз жетілдіріліп отырылуы қажет. Ол үшін осы саладағы негізгі көрсеткіштерге үнемі талдау жасалып, егер ол көрсеткіштердің бірі төмендегені байқалған жағдайда оның себеп-салдары анықталып, алдын-

алу шаралары қолданылып отыруы қажет. сондықтан да бұл құрылымда 19-суретте көрсеткіштерге мән беріп отыру қажет.



Сурет 19 - Инновациялық белсенділік көрсеткіштерінің үлесін арттыру бойынша тиімді басқару

Ескертпе – Автормен құрастырылды

19-сурет бойынша тоқыма кәсіпорындарындағы инновациялық белсенділік көрсеткіштерінің үлесін арттыру бойынша тиімді басқару құрылымның функционалдық міндетін қарастыратын болсақ, бұл құрылымда кәсіпорындағы инновациялық белсенділік көрсеткіштерінің үлесін арттырып отыру негізгі міндет болып табылады. Тоқыма кәсіпорынына инновациялар 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, сондықтан кәсіпорынның жалпы қызметінде ҒЗТҚЖ үлесін арттыру, жөнелтілген өнімнің көлемінде инновациялық өнімнің үлесін арттыру, өндіріс үдерісін жетілдіруге бағытталған жұмыстарды жүргізу, жеткізудің, маркетингтің, қызметті ұйымдастырудың жаңа әдістерін енгізіп отыру қажет.

Тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқаруды жетілдіруде, кәсіпорынның бәсекелік артықшылықтарын қамтамасыз етуде әзірленетін үлгідегі үш құрылым бойынша инновация түрлерін басқару объекті ретінде қарастыра отырып, олар бойынша кәсіпорын қызметін жетілдіруде келесідей жұмыстар атқарылуы қажет деп есептейміз:

1. Өнім инновациясы. Өнім инновациялары дайын бұйымдар бойынша және шикізат пен жартылай фабрикаттар бойынша жаңа шешімдерді қамтиды [135]. Бүгінгі таңда әлемдік тоқыма талшықтарының өндірісінде ең үлкен

үлесті полиэстерден тұратын синтетикалық талшықтар құрайды. Әлемдік тоқыма талшықтарының өндірісіндегі әртүрлі материалдардың үлесін қарастыратын болсақ, олар келесідей: жүн – 1,3%; полипропилен - 4%; целлюлоза - 6%; мақта - 27%; акрил - 2%; нейлон – 4,7%; полиэстер - 55% [136]. Қазақстанда өндірілетін мақта, жүн және т.б. табиғи талшықтарынан пайдалана отырып, халықаралық стандарттарға сай нарықта бағасы арзан, ауа өткізгіш қоспалы маталар өндіруді дамыту қажет. Өйткені қазіргі уақытта отандық тоқыма кәсіпорындары өндіретін тоқыма өнімдерінің құрамының басым бөлігі табиғи шикізаттардан тұрады, сондықтан да отандық тоқыма өнімдерінің өзіндік құны бәсекелес өнім түрлерінен қымбат болатыны белгілі. Бұл үшін отандық тоқыма кәсіпорындары инновациялық қызметті дамытуға қызығушылық танытып, ҒЗТКЖ-ды жүргізуге үлкен мән беруі қажет.

Сонымен қатар отандық тоқыма кәсіпорындарының өнім инновациясы бойынша белсенділігін арттыруда тоқыма саласындағы соңғы енгізілген жаңалықтарды да ескеріп отыру қажет. Бүгінгі таңда тоқыма саласында GPS және сымсыз құрылғылармен қамтылған әскери ақылды маталар, жылдамдықты, қашықтықты және жүрек соғуының жиілігін бақылайтын спорттық ақылды маталар, жарық шығаратын сәнді ақылды маталар, денсаулық жағдайын бақылайтын медициналық ақылды маталар және т.б. сияқты жаһандық ақылды тоқымалардың айтарлықтай өсуі күтілуде [121, б.38].

Әсіресе қазіргі COVID-19 пандемиясы кезінде ақылды маталарды қолданудың маңыздылығын Cityzen Sciences француз фирмасының әзірлемелерін мысал ретінде келтіруге болады, ол әлемге масс-медиаға арналған «ақылды» киім тігу үшін өзінің сипаттамалары бойынша өте қолайлы «Smart Sensing» матасын әзірледі. «Smart Sensing» матасының құрылымына нано датчиктер тігіледі, ол адамның физиологиялық көрсеткіштерін тіркеуге қабілетті, мысалы жүрек соғуының жиілігі, терлеу қарқындылығы, температура, т.б. Одан әрі адамның тыныс алу көлемін, қандағы оттегі деңгейін, қант деңгейін өлшеуге қабілетті қосымша құрылғы-датчиктерді қосу жоспарлануда, оның негізгі мақсаты «ақылды мата» шағын-қабылдағыш таратқыштар арқылы мәліметтерді қажетті орындарға сымсыз байланыс құралдарының көмегімен жіберіп отыру болып табылады. Одан әрі ақпарат қосымша арқылы адам денсаулығының жай-күйі, оның дене белсенділігі және т. б. туралы бар мәліметтерді алуға болады [137]. Бұдан басқа, егер жүктемелердің сыни деңгейі, жүрек ұстамасының және т.б. қаупі анықталса, бағдарлама ескерту бере алады.

Мата ерекше күтімді қажет етпейді, тіпті қарапайым кір жуғыш машина-автоматта, кейін үтікпен үтіктелуде мүмкін. Cityzen Sciences фирмасы матаға нано-батареяны зарядтаудың арнайы жүйесін өндіруді жоспарлап отыр, тіпті кір жуғыш машина барабаны айналғанда да энергия алуды жоспарлап отыр. Бұл ақылды матаның сипаттамасын арттыруға арналған, оны пайдаланушылар үшін қолдануға ыңғайлы етеді, бұл сұраныс деңгейіне оң әсер етеді. Smart Sensing матасы спорттық киім, қолғаптар және басқа да киім өндіруде қолданылатын болады [118, б.140].

Израильдік MedTech саласындағы Sonovia start-up Ұлыбританияда өзінің SonoMask брендінің ең жақсы бет перделерін шығарды. Химия бойынша Нобель сыйлығының лауреаты, профессор Сидней Альтманның қолдауымен Sonovia маскалары көптеген стандарттар мен функцияларға сай жетілдіріліп, жетілдірілуі үшін көптеген сынақтардан өткен. Компанияның мәліметі бойынша өнімдердің COVID-19-ға қарсы тиімділігі 90% -дан жоғары екендігі дәлелденген және ЕО сертификатталған зертханалар оның 99,9999% вирусты жоятындығын анықтады.

Патенттелген Sonovia технологиясы тұрақты және технологиялық тұрғыдан нарықтағы өзге барлық баламаларынан асып түсетін, экологиялық қауіпсіз және бетті жабуда технологиялық ең үздік нұсқа матаға құйылған мырыш оксидінің нанобөлшектерін пайдаланған [138].

Отандық тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқаруда алдағы уақытта өнім инновациясы бойынша келесі бағыттағы жұмыстарды жетілдіру қажет деп есептейміз:

- қорғаныс кешені, әскери сала, энергетика, құрылыс саласында пайдаланылатын тоқыма өнімдерінің өнім инновациялары: беріктігі жоғары қорғаныс материалдарын; жаңа өрттен қорғау материалдарын, медициналық мақсаттағы жаңа материалдарды; су өткізбейтін, бірақ ауа өткізгіш маталар; электромагнитті сәулеленуден қорғауға арналған материалдарды; ыстыққа төзімді маталарды; әртүрлі құрамы мен қасиеті бар жаңа материалдарды жасау;

- тұтыну нарығы саласындағы өнім инновациялары: жаңа қасиеттері бар оңалту мақсатындағы тауарларды, жайлылығы жоғары үй тоқымасын жасау; «ақылды» маталарды пайдалана отырып киім тігу;

- медицина, өңдеу және кен өндіру өнеркәсібі саласындағы өнім инновациялары: микробқа қарсы және биоцидтік қасиеттері бар жаңа материалдар жасау; кір, су және май сіндірмейтін оттан қорғау қасиеттері бар материалдар; плазмалық модификацияны қолдану негізінде тұтынушылық және гигиеналық қасиеттері жақсартылған химиялық және табиғи талшықтар мен жіптер өндіру және т.б.

2. Процестік инновация. Инновацияның бұл түрін кәсіпорынға енгізуде шығарылатын өнім өзгермейді, бірақ бұрын белгілі өнім жаңа, ресурсты үнемдей алатын технологиямен жасалынады [139]. Сонымен қатар отандық тоқыма кәсіпорындарына процестік инновацияларды енгізуде келесілерге ерекше мән беру қажет:

- өндірістің жаңа немесе едәуір жақсартылған әдістерін әзірлеу және пайдалану;

- жаңа немесе едәуір жақсартылған логистика, жеткізу;

- үдерістер үшін жаңа немесе едәуір жетілдірілген қосалқы қызмет түрлері.

Тоқыма кәсіпорындарының ерекшелігін ескере отырып, олардың инновациялық белсенділігін арттыруда алдымен кәсіпорынның заманауи автоматтандырылған құрал-жабдықтармен қамтамасыз етілуіне ерекше мән берілуі қажет. Өйткені заманауи техникалардың көмегімен өндірілген өнім сапа жағынан жоғары сұранысқа ие және өндіріс қалдықтары барынша аз, электр

энергияны тұтыну мөлшері төмен және ол автоматтандырылғандықтан онда қызмет ететін жұмысшылар санының аздығының еңбек өнімділігі артады. Осы аталған артықшылықтардың барлығы қосылған құны жоғары бәсекеге қабілетті, өзіндік құны төмен тауарларды өндіруге ықпал етеді. Сонымен қатар кәсіпорынның қызметінде жаңа материалдар және маталарды өндіру немесе енгізу, үлгіні құрастыруда, материалдарды пішуде, материалдарды қосуда, қалыптау мен өңдеуде жаңа технологияларды қолдану өнімге деген сұранысты арттырып, өндіріс көлемін ұлғайтады [60, б.31].

Тоқыма кәсіпорындарына жаңа жабдықтар мен техникаларды енгізуге қаржы ресурстарының шектеулігі белгілі бір қиындықтар тудыратыны сөзсіз. Бұл мәселені шешуде отандық тоқыма өнімдерін өндіруге қажетті мол шикізаттардың бар болуын және әлеуетті мақта өндіруші – Өзбекстан, Тәжікстан және Түркменстан республикаларына жақын орналасқанын және де бүгінгі таңда Қазақстан Республикасында мемлекет тарапынан шетел инвестицияларына қолайлы климат жасалғанын ескере отырып шет елдерден тікелей инвестицияларды тарту және біріккен тоқыма кәсіпорындарын ашу мүмкіндіктерін қарастырған жөн. Мұндай мүмкіндіктер шетелдік инвесторларды қызықтырады деп ойлаймыз. Мұнда біздің тарапымыздан өндірістік алаңдар, арзан жұмыс күші және шикізат ұсынылады, ал шетелдік инвесторлар тарапынан тоқыма саласына қажетті заманауи машиналар, құрал - жабдықтар мен технологиялар және қажетті материалдар ұсынылатын болса, нәтижесінде өндірілген тоқыма өнімдері салыстырмалы түрде жақсы сапаға ие және олардың бағасы еңбек пен көлік шығындарының төмендігіне байланысты импортталатын тауарларға қарағанда арзан болады. Бұл бәсекелес елдердің арзан өнімдерімен салыстырғанда ішкі нарықта бәсекеге қабілетті болады және алдағы уақытта экспорттық әлеуетті де арттыратыны сөзсіз.

Сонымен қатар, процестік инновацияда жеткізіп беру, яғни логистикадағы өзгерістердің орын алуы айтарлықтай маңыздылық ие. Бұл тұрғыдан алғанда өндірілген тоқыма өнімдерін тұтынушылар нарығына жеткізіп беруде Батыс Қытай – Батыс Европа дәлізінің ортасында орналасқан Қазақстан үшін жылдам, әрі арзан бағада жүзеге асыруға толық мүмкіндіктер бар [140].

Еуропа мен Азияның түйіскен жерінде орналасқан Қазақстан Республикасы маңызды транзиттік әлеуетке ие, бұл Азия мен Еуропа арасында іс жүзінде баламасыз көліктік жерүсті байланысты қамтамасыз ету мүмкіндігін береді. Қазақстан аумағындағы транзиттік дәліздердің негізгі артықшылығы жүктерді тасымалдау бойынша қашықтықтарды айтарлықтай қысқартудан тұрады [141].

Сондай-ақ, өндіріс үдерісімен тікелей байланысты емес, бірақ жұмыстың тиімділігін қамтасыз етуге арналған қосалқы қызмет, яғни тоқыма кәсіпорындарында өндіріс үдерісінен кейінгі буып-түю, жүк көліктеріне арту сияқты жұмыстарды автоматтандыру және цифрландыру бұл қолмен атқарылғанға қарағанда экономикалық тиімділікті қамтамасыз етеді.

3. Маркетингтік инновация. Бүгінгі таңда отандық тоқыма өнімдерінің ішкі және сыртқы нарықтардағы сатылымын ұлғайту үшін жаңа маркетингтік

әдістерді қолдануды қажет етеді. Сонымен қатар отандық табиғи шикізаттардан жасалған тоқыма өнімдерінің импорт өнімдерге қарағанда артықшылықтарын тұтынушыларға жеткізе білу қажет.

Жалпы отандық тоқыма кәсіпорындары маркетингтік инновациялық стратегия әзірлеуі қажет. Маркетингтің инновациялық стратегияны әзірлеу аясында баға белгілеу үдерісі, орау, тарату арналары, жарнама, тұтынушылармен қарым-қатынас жасаудың жаңа тәсілдерін қолдануға ерекше мән беруі тиіс.

Маркетингтік міндеттерді шешу арқылы отандық тоқыма кәсіпорындары бәсекелестік ұстанымын арттыруы, яғни сатудың тиімді жүйесін құруы қажет. Тоқыма кәсіпорындары тауарлардың сапасы және бағасымен ғана емес, сонымен қатар қызмет көрсетумен де бәсекелесуі тиіс. Қазіргі уақытта отандық тоқыма кәсіпорындары өз өнімдерін сататын орындарын белсенді түрде құруы қажет. Олар көтерме сауда орындары мен бөлшек сауда орындарын еліміздің халық көп орналасқан өңірлерінде, облыс орталықтарында ашуы тиіс. Бұл оларға тұтынушыға жақындауға ғана емес, бағаны басқаруға, сату көлемін нақты анықтауға, тұтынушылардың сұранысына жылдам жауап беруге, қаржы ағындарын бақылауға және бәсекелестердің жергілікті нарыққа кіруін шектеуге, сонымен қатар, брендтік бөлшек сауда желісінде тоқыма өнімдерін сату мүмкіндігінен айыруға мүмкіндік береді.

4. Ұйымдастыру инновациясы. Отандық тоқыма кәсіпорындары іскерлік тәжірибесінде жаңа ұйымдастырушылық әдісті енгізуде бүгінгі таңда елімізде білікті мамандардың жетіспеушілігіне байланысты тоқыма кәсіпорындарына білікті, өз саласының кәсіпқой мамандарын шетелдерден тарту арқылы олардың тәжірибелерін жергілікті мамандарға үйрету қажет [60, б.31]. Сонымен қатар тоқыма саласында жетістікке жеткен елдердегі кәсіпорындармен іскерлік байланыс орнату арқылы қызметкерлердің біліктілігін арттыру мақсатында шетелдік кәсіпорындарға тәжірибе алмасуға жіберіп отыру үдерісін ұйымдастыру қажет. Бұл өз кезегінде жұмыс орындарын ұйымдастыруда және сыртқы қатынастарда жаңа ұйымдастырушылық әдістерді енгізуге оң ықпал ететін болады.

Зерттеулер барысында белгілі болғандай бүгінгі таңда көптеген кәсіпорындардың инновациялық белсенділігін басқаруда жауапты менеджерлер тек қана технологиялық инновацияларға ғана көп көңіл бөледі. Бірақ, инновациялық белсенділікті басқарудың тиімділігін арттыруда инновацияның барлық түрлерін кәсіпорын қызметіне енгізуге мән беру қажет. Өйткені кәсіпорын тек технологиялық инновацияларға ғана мән беріп, басқа инновация түрлерін ескермейтін болса, айтарлық жоғары табысқа жетуі мүмкін емес [142, 143]. Отандық тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін арттыруда технологиялық емес инновациялар бойынша да белсенділікті арттыруға көбірек көңіл бөлу қажет.

Инновацияның 4 түрін қамтитын кешенді шаралар қазақстандық тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін арттырып бәсекеге қабілетті өнім өндіруге жағдай жасайды, нәтижесінде отандық тоқыма өнімдеріне

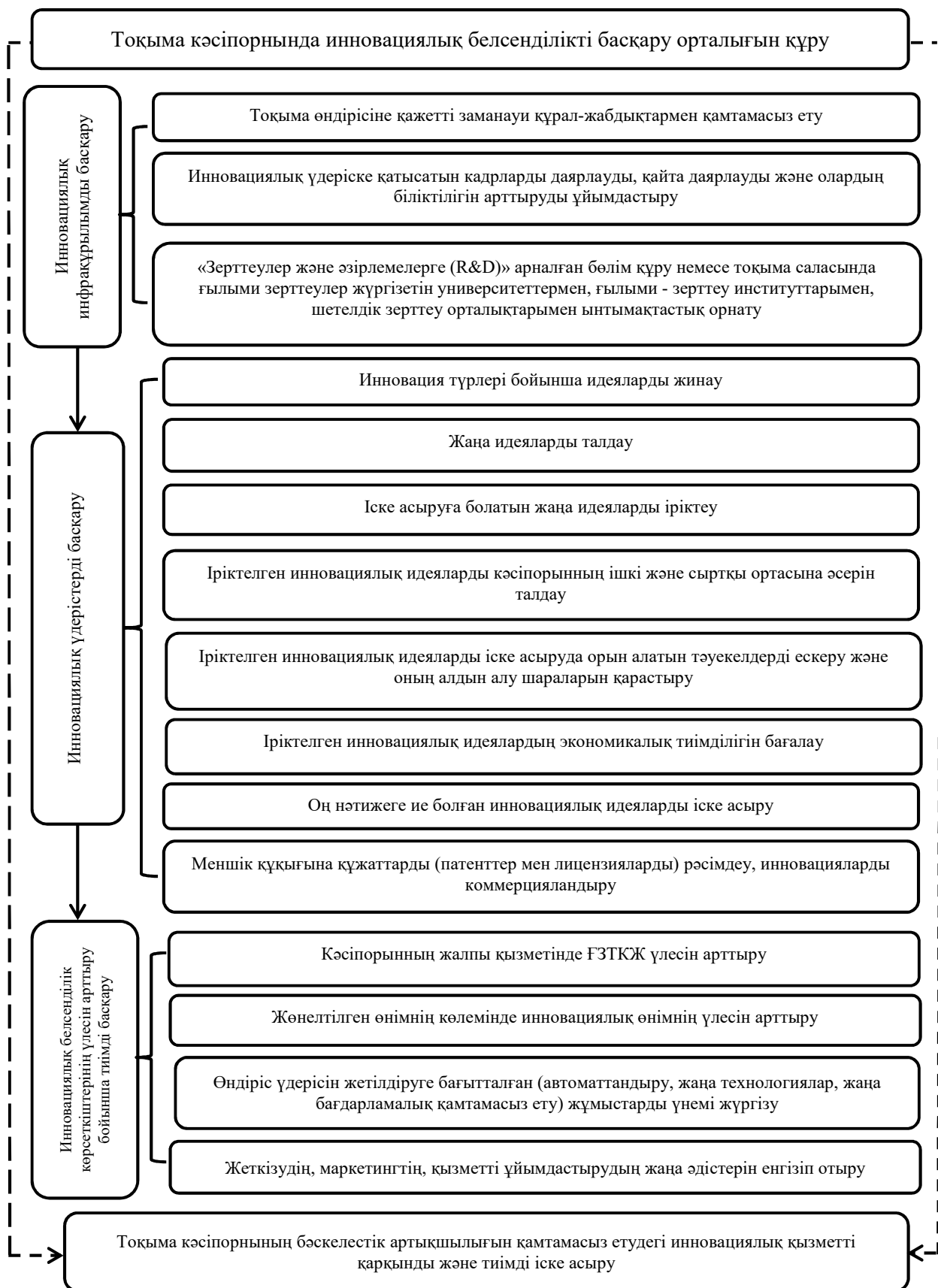
сұраныс көлемі артатын болады. Ұйымдастырушылық инновацияларды енгізу тоқыма кәсіпорындарындағы инновациялық мәдениетті жақсартады және жаңа өнімдер мен байланысты қызметтердің дамуын толықтырады [143, б.15].

Өндіріс кәсіпорындарындағы инновациялық белсенділікті басқару теориясы мен үлгілерін, сондай-ақ тоқыма саласындағы шетелдік тәжірибелер мен отандық тоқыма өнеркәсібі саласындағы кәсіпорындардың ерекшеліктерін кешенді зерттегеннен кейін тоқыма саласындағы кәсіпорындардың инновациялық белсенділігін басқарудың бейімделген үлгісін әзірледік (20-сурет).

20-суреттегі тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқару үлгісінде ең жоғары орган жоғарыда қарастырылған үш құрылымның тиімді жұмыс жасауы үшін тоқыма кәсіпорындарында олардың қызметіне тікелей жауапты тоқыма кәсіпорынында инновациялық белсенділікті басқару орталығын құру ұсынылды. Себебі инновацияны кәсіпорынның әр бөлімшесі немесе құрылымы өз бетінше жүзеге асыра алмайды, бұл терең зерттеулерді қажет ететін үдеріс. Сондықтанда кәсіпорында инновацияларды енгізу туралы жоспардан бастап оны іске асыруға дейінгі аралықтағы жұмыстарға және іске асырылған инновацияларды үздіксіз жалғастыруды қамтамасыз етуге жауапты инновациялық белсенділікті басқару орталығы болуы тиіс [80, б.47].

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 істетінін мамандарды сырттан тарту кәсіпорынға айтарлықтай қосымша шығын алып келмеуі тиіс. Өйткені қосымша шығындардың көбеюі өнімнің немесе қызметтің өзіндік құнының жоғарылауына алып келеді. Сондықтанда жаңа өнімді әзірлеу командаларын құруда әлемдік тәжірибеде кеңінен қолданылатын кросс-функционалды командаларды құру әдісінен пайдалану қажет. Кросс-функционалды командаларды құру әдісі негізінен орта және ірі кәсіпорындарда іске асырылады. 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 [49, б.51].

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 маман -



Сурет 20 - Тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқару үлгісі

Ескертпе – Автормен құрастырылды

дарды сырттан тарту қарастырылатын болады. Қазіргі жағдайда кросс-функционалды командалар нарықтың тез өзгеретін қажеттіліктеріне жауап берудің ең тиімді және дұрыс механизмі болып табылады.

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 зерттеулер барысында белгілі болғандай кәсіпорындарда өнім және процестік инновацияларға ерекше мән беріле, ал маркетингілік және ұйымдастыру инновациясы түрлеріне аса көп көңіл бөлінбейді [56, б.90, 144, б.82]. Отандық тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділік көрсеткіштерін талдау барысында да белгілі болғандай, тоқыма саласы бойынша статистикалық көрсеткіштерде тек өнімдік және процестік инновация бойынша ғана мәліметтер бар. Бұл іс жүзінде тоқыма кәсіпорындарында маркетингтік және ұйымдастырушылық инновациялардың жоқтығын көрсетеді. Зерттеулер барысында оған көз жеткіздік отандық тоқыма кәсіпорындарында маркетингтік инновация байқалмады, ал ұйымдастырушылық инновациялардың кейбір элементтері болғанымен, олда айтарлықтай жоғары емес. Сондықтан да ұсынылып отырған үлгідегі қазақстандық тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарында ұйымдастырылатын инновациялық белсенділікті басқару орталығы барлық инновациялар түрлерін енгізу бойынша, әсіресе талдау барысында белгілі болғандай отандық кәсіпорындар қызметінде маркетингтік инновация мен ұйымдастыру инновацияларын енгізу бойынша жұмыстарды қарқындатуға ерекше назар аударуы қажет.

Тоқыма кәсіпорындарына инновацияның әрбір түрін енгізуде саланың ерекшелігі ескерілуі қажет. Бұл ерекшеліктерді атап айтатын болсақ, өнімдік инновацияны енгізу үшін тоқыма саласының білікті мамандары қажет болса, процестік инновацияны енгізу үшін тек тоқыма саласында ғана емес, сонымен қатар қазіргі өндірістегі технологиялық өзгерістерді де, жабдықтардағы өзгерістерді, бағдарламалық қамтамасыз етудегі өзгерістерді меңгерген білікті мамандар қажет, ал маркетингтік инновацияны енгізуде де тәжірибелі, тоқыма саласының ерекшеліктерін жан-жақты білетін маркетингтік мамандар қажет, сонымен қатар ұйымдастырушылық инновацияны енгізуде кәсіпорында іскерлік белсенділікті қалыптастыру, жұмыс орындары мен сыртқы байланыстарды ұйымдастыруда жаңа ұйымдастырушылық әдісті енгізуде мықты менеджерлер қажет болады. Осы қажеттіліктерді қамтамасыз етуде отандық тоқыма кәсіпорындарының қызметінде кросс-функционалды команда әдісін қолдану тиімді болып табылады.

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 және оны іске асыру кезеңінде кез-келген қателік үлкен шығындарға алып келуі 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 үлгі арқылы іске асыру, олардың инновациялық белсенділігін тиімді басқаруға оң септігін тигізеді деп есептейміз.

Инновациялық мәдениет білім, ғылым, мәдениет мәселелерін кәсіби практикамен тығыз байланыстырады. Заманауи инновациялық экономикаға қажетті білікті қызметкерлер техника мен технологияларды, басқару әдістерін жақсы біліп қана қоймай, сонымен қатар «инновациялық қабілеттерге» ие болуы керек, яғни жұмыс барысында инновацияларды өз бетінше құра білу, сыртқы ортада, басқа ұйымдардың тәжірибесінде, жаңашылдықтар мен өнертабыстарда жаңаларын таба білу және осының бәрін өз компаниясында уақтылы пайдалану [61, б.120]. Тойота Мотор төрағасы Эйдзи Тоёда «Жапондық жұмысшылар үшін олардың қолдарымен ғана емес, басымен де жұмыс істейтіндігі тән. Тойота компаниясында жұмысшылар жылына 1,5 миллион ұсыныс жасайды, олардың 95 пайызы практикада қолдау табады» деген екен [145]. Бұл компаниядағы инновациялық мәдениеттің толық қалыптасқандығын білдіреді, яғни әрбір жұмысшы өз саласы бойынша өндірілетін өнімнің сапасын арттыру, үнемі өз қызметін жетілдіру туралы ойлап жүретіндігін көрсетіп отыр.

Зерттеулер барасында біздің отандық тоқыма кәсіпорындарының, атап айтқанда «Azala Textile» ЖШС, «Бал Текстиль» ЖШС және «Azala Cotton» ЖШС-ның инновациялық әлеуетін талдау арқылы қазіргі уақытта отандық тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін «ашық инновация» моделі негізінде басқару тиімді болады деп есептейміз. Әрине бастапқы кезеңде «ашық инновация» моделін тоқыма кәсіпорындарына енгізуде белгілі бір қиындықтар туындауы мүмкін. Себебі мұнда инновацияларды басқару үдерісі тек кәсіпорынның өзіне ғана тиесілі емес, кейбір жұмыстар немесе қызметтер кәсіпорынға бағынышты емес сыртқы құрылымдар тарапынан іске асырылады. Сондықтан да «ашық инновация» моделін енгізуде басқарушылық тәуекел негізгі кедергілердің бірі болып табылады. Дегенменде қазіргі жағдайда отандық тоқыма кәсіпорындары үшін «ашық инновация» моделін енгізу тиімді болып табылады. Өйткені бұл модельде ҒЗТКЖ басқаруда кәсіпорын тек өзінің ҒЗТКЖ-ның нәтижесін ғана күтпей, қажет болған жағдайда технологияларды ынтымақтастық немесе стартаптарға инвестициялау тетіктері арқылы сыртқы мердігерлерден де сатып алатын болады. Сонымен қатар қазіргі уақытта елімізде тоқыма саласында білікті мамандардың тапшылығын ескеретін болсақ, білікті мамандарды сырттан тартпай-ақ, керісінше қажет болған жағдайда ғана олардың қызметінен тапсырыс беру арқылы пайдалануға толық мүмкіндік бар. Зияткерлік меншікті басқаруда саладағы соңғы жаңалықтарды ескере отырып тоқыма өнеркәсібі дамыған елдердегі кәсіпорындардың зияткерлік меншігінен пайдаланатын болады.

Зерттеулер барысында белгілі болғандай отандық тоқыма кәсіпорындарында негізгі басымдық өндіріске бағытталған. Ал маркетингтік зерттеулер жүргізуге аса көңіл бөлінбейді, ол жүргізілген жағдайда да әлемдік тоқыма нарығындағы өзгерістерге, соңғы жаңашылдықтарға аса көп көңіл бөлінбейді. Тоқыма кәсіпорындарының көпшілігінде ішкі және сыртқы нарықтарда нақты даму стратегиясы жоқ. Кәсіпорындар қолданатын технологияларды мүмкіндігінше жаңғыртып, жаңартып отыруы қажет. Сондай-ақ, тоқыма кәсіпорындарының өнімдерді өткізу желісі де айтарықтай дамымаған. Жетекші логистикалық тізбектермен сауда қатынастары орнатылмаған. Тасымалдауды негізінен тоқыма өнімдерін өндіруші кәсіпорындардың өздері іске асыруда. Көптеген кәсіпорындар қазіргі тенденцияларға (мысалы, жеткізілім жылдамдығы үлкен мәнге ие) және әлемдік нарықта жұмыс істейтін логистикалық тізбектермен берік байланыс орнатуға көбірек мән беру қажет деп есептейміз.

Қорыта айтатын болсақ, бүгінгі таңда еліміздегі тоқыма кәсіпорындары дәстүрлі өндірісін өзгертіп барынша өз өндірісіне, қызметіне инновацияны енгізуді басты мақсат етуі қажет. Өйткені бәсекелестікте артықшылыққа ие болудың бірден-бір жолы бұл кәсіпорынға инновацияларды енгізу болып табылатыны туралы жоғарыда айтып өттік. Сонымен қатар дәл қазіргі уақытта отандық тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқаруда «ашық инновация» моделіне негізделі отырып басқару үдерісін жүргізу ұсынылды. Әрине 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 асырылуы 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 үлгісі жоқ екендігі белгілі болды. Сондықтанда тоқыма кәсіпорындарына инновацияны енгізуде және оң нәтиже көрсеткен инновацияларды қарқынды іске асыруда кәсіпорынның инновациялық белсенділігін басқарудың үлгісін әзірлеу қажеттілігі анықталды. Зерттеудің маңызды нәтижесі ұсынылған үлгіде 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.

Тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқаруды жетілдіру бұл мемлекет үшін де, кәсіпорын үшін де тиімді болуы тиіс. Мемлекет үшін отандық өндірісті дамыту, жаңа жұмыс орындарын ашу, мемлекеттік

бюджетке салық түсімдерінің көлемін арттыру, тоқыма саласында отандық брендті қалыптастыру, экспорттық әлеуетті арттыруды, ал кәсіпорын орын үшін бәсекелік қабілетті арттыру, өндіріс көлемін ұлғайту, кіріс көлемін арттыру, өнімнің өзіндік құнын төмендету, қызметкерлердің жалақысын көтеру, кәсіпорынды үнемі жаңғыртып отыру, нарықта танымал болу нәтижесінде клиенттерді көптеп тартуды қамтамасыз етеді.

Жалпы тоқыма саласына қажетті шикізаттардың барлық дерлік түрлері елімізде өндіріледі, яғни тоқыма өнеркәсібін дамытуға қажетті барлық жағдай бар. Отандық тоқыма кәсіпорындарының бәсекеге қабілеттілігін арттыруда олардың инновациялық белсенділігін басқару механизмін жетілдіру бұл тек экономикалық тұрғыдан ғана тиімді болып қоймай, экономикалық қауіпсіздік тұрғысынан елдің ішкі нарығын отандық тоқыма өнімдерімен қамтамасыз етуге, халық тығыз орналасқан өңірлерде, әсіресе оңтүстікте азаматтарды жұмыспен қамтуда әлеуметтік мәселелерді шешуге, елдің экспорттық әлеуетін дамытуға, ауыл шаруашылығын және химия өнеркәсібін дамытуға оң ықпал ететін болады.

ҚОРЫТЫНДЫ

Диссертациялық зерттеу нәтижесі бойынша қысқаша қорытындылар:

1. Бүгінгі таңда отандық тоқыма кәсіпорындарының бәсекеге қабілеттілігін арттыруда олардың инновациялық белсенділігін тиімді басқару қажеттілігі анықталды. Тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқарудың теориялық негіздерін зерттеу негізінде халықаралық және отандық нормативтік құжаттар бойынша инновация түрлері, олардың ерекшеліктері, тоқыма кәсіпорындарының инновациялық қызметті жүзеге асыруда инновация түрлерін іске асыру мүмкіндіктері қарастырылды. Тоқыма өнеркәсібі халықаралық және отандық нормативтік құжаттарда көрсетілген инновациялардың барлық түрлерін енгізуге арналған сала екені айқындалды. Тоқыма кәсіпорындарында инновациялық қызметті уақытылы және тиімді іске асыру инновациялық белсенділікті басқаруға тікелей байланысты. Тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігі бәсекелік артықшылық және басқару нысаны ретінде негізінен жаңа немесе жетілдірілген өнім өндіруге, өнім өндіруде және тасымалдауда жетілдірілген әдістерді енгізуге, өндірілген өнімді сату бағасын белгілеуде маркетингтің жаңа әдістерін енгізуге, кәсіпорында жұмыс орындарын ұйымдастыруда және сыртқы қатынастарда жаңа ұйымдастырушылық әдістерін енгізуге, ҒЗТКЖ нәтижелеріне, тұтынушылардың талабын ескеруге, жалпы нарыққа бағдарлануы тиіс.

2. Зерттеулер барысында белгілі болғандай қазіргі уақытта кәсіпорындардың инновациялық белсенділігін есептеудің бірыңғай әдістемесі жоқ. Оның негізгі себебі зерттеудің әдістемелік аппаратын әзірлеудің күрделілігі, инновациялық белсенділікті және инновация түрлерінің сыныпталуын көрсететін әртүрлі көзқарастардың болуы, сонымен қатар кәсіпорындардың инновациялық белсенділігіне ықпал әртүрлі факторлардың болуымен түсіндіріледі.

Тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін тиімді басқару үшін олардың инновациялық белсенділік көрсеткіштерін инновация түрлеріне байланысты нақты анықтау қажеттігі айқындалды. Зерттеулер барысында Еуропалық Одаққа мүше елдердің инновациялық қызметін салыстырмалы бағалауды қамтамасыз ететін «Еуропалық Инновациялық Тақта» көрсеткіштеріне, ЭЫДҰ-ның Инновациялық деректерді жинау және талдау бойынша Осло нұсқаулығында қарастырылған инновациялық белсенділікті өлшеу мәселелеріне, шетелдік ғалымдардың ұсынған кәсіпорынның инновациялық белсенділік көрсеткіштеріне талдау жасалып және тоқыма бұйымдарын өндіруші кәсіпорындардың ерекшеліктерін ескере отырып, Ұлттық экономикада тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділік көрсеткіштері әзірленді.

3. Қазіргі уақытта кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілігін арттырудың негізгі құралы инновациялар болғандықтан оларды кәсіпорынға енгізу және әрі қарай үздіксіздігін қамтамасыз ету үшін тиімді басқару тәсілдеріне ерекше мән берілуде. Зерттеулер барысында белгілі болғандай кәсіпорындардың

инновациялық белсенділігін басқару теориялық көзқарастар тұрғысынан терең зерттелмеген, көптеген практикалық ізденістер инновацияларды құру мен коммерцияландыруға мүмкіндік алған кәсіпорындарды зерттеуге арналған. Теориялық зерттеулерде инновациялар мен кәсіпорынның басқару жүйесі арасындағы қарым-қатынастар тиісті назарға алынбаған. Тәжірибеде кейбір кәсіпорындардың инновациялық әлеуеті бола тұра нарықта белсенділік таныта алмайды. Бұл кәсіпорындағы инновациялық белсенділікті басқарудың әлсіздігін көрсетеді.

Сондықтанда тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқарудың қалыптастырылған тұжырымдамасы ұсынылды. Бұл тұжырымдама тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқаруда дәстүрлі басқару жүйесінен ерекшеленетін жаңа басқару жүйесін енгізу арқылы кәсіпорынға бәсекелестік артықшылық қамтамасыз етуге оң ықпал ететін болады.

4. Қазақстан Республикасындағы тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқаруда саланың ерекшеліктеріне талдау жасалды. Бүгінгі таңда елімізде 300-ден астам тоқыма кәсіпорындары тұрақты жұмыс істеп тұр. Олардың басым бөлігін шағын кәсіпорындар құрайды. Жыл сайын өндірілген тоқыма өнімдері өндірісінің көлемі артқанымен республика бойынша жалпы өнеркәсіптік өнім өндірісінің көлеміндегі үлесі соңғы жылдары өзгеріссіз қалып отыр. Сонымен қатар жыл сайын елдегі өндірілетін мақта талшығының орташа алғанда 85-90%-ы экспортталады. Бұл мақта өнімінің басым бөлігі шикізат түрінде, яғни қосылған құны төмен тауарлар түрінде экспортқа шығарылып отырғандығын көрсетеді. Ал тоқыма бұйымдарының экспорты мен импорты арасында 7 есеге дейін айырмашылық орын алып отыр, яғни импорт көлемі көп. Ішкі нарықты отандық тоқыма өнімдерімен қамту небәрі 10% шамасында. Сонымен қатар зерттеулер барысында елімізде тоқыма кәсіпорындарының алдында тұрған негізгі мәселелер анықталды.

Отандық тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының алдында тұрған бүгінгі таңдағы негізгі мәселелерді шешуде өнім өндіру, қызмет көрсету және сату үдерісіне саладағы соңғы жаңалықтарды енгізуге, ҒЗТКЖ жүргізуге, яғни инновацияларды енгізуге көбірек көңіл бөлу қажеттігі айқындалды. Инновациялар экономиканың басқа салаларындағы сияқты тоқыма кәсіпорындарының табыстылығының кепілі болып табылады.

Елімізде тоқыма өнеркәсібіне қажетті көптеген шикізаттардың өндірілуі, мемлекет тарапынан қолдау шараларының болуы саланы дамытуға мүмкіндіктердің бар екендігін, бірақ отандық тоқыма өнімдеріне сұранысты арттыру үшін оның өзі жеткіліксіз екендігін көрсетіп отыр. Сондықтанда тоқыма өнеркәсібі шаруашылық субъектілерінің бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін алдымен тоқыма саласындағы инновациялық қызметтің негізгі бағыттары айқындалды және тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқарудың ерекшеліктері қарастырылды.

5. Зерттеулер барысында отандық тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігінің ағымдағы жағдайына талдау жүргізілді. Осло нұсқаулығына сәйкес барлық инновациялар «ұйым үшін», «тауар (қызмет) нарығы үшін» және «бүкіл әлем үшін» жаңа болып табылатын жаңа немесе едәуір жетілдірілген тауарлар (қызметтер) ретінде отандық тоқыма кәсіпорындары мысалында қарастырылды. Бүгінгі таңда 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 әлемдік нарық үшін жаңа болып табылатын тауарлар өндірілген жоқ. Сонымен қатар отандық тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігінің төмендігі анықталды.

Отандық тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігіне ықпал ететін негізгі факторлар ішкі және сыртқы факторларға бөліп, жан-жақты қарастырылды. Сонымен қатар корреляциялық - регрессиялық талдаулар нәтижесінде көптеген факторлардың ішінен отандық тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігімен тығыз байланысты деп өткізілген инновациялық өнімнің көлемі, ірі және орта кәсіпорындар саны, экспортқа шығарылған өнім көлемі, негізгі капиталға инвестициялар, жұмысшылардың орташа жалақысы сияқты макро орта факторлары танылды. Алдағы уақытта осы аталған факторлар өспелі болса сәйкесінше отандық тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігіде артатын болады деп тұжырым жасалды.

6. Тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқаруда ең алдымен олардың инновациялық әлеуетін анықтап алу қажет. Осы мақсатта отандық тоқыма кәсіпорындарының инновациялық әлеуетін нақты кәсіпорындар мысалында қарастыру және талдау жүргізу үшін ғылыми зерттеулер барысында тоқыма кәсіпорындарының басшыларымен, менеджерлерімен, қызметкерлерімен сұқбат және сауалнама жүргізілді. Сауалнама және сұқбаттасу нәтижелері негізінде инновациялық белсенділік талаптарына сай келетін бірнеше кәсіпорындар анықталды, олар «Azala Textile» ЖШС, «Бал Текстиль» ЖШС және «Azala Cotton» ЖШС. Бұл кәсіпорындарда іске асырылған инновациялық жобалар бар және бүгінгі таңда инновациялық өнімдерді енгізуге бағытталған жұмыстарды жалғастыруда.

Инновациялық әлеуетті кеңінен қарастыратын біздің диссертациялық зерттеуіміздің пәні болмағандықтан, бірақ кәсіпорынның инновациялық белсенділігі тікелей оның инновациялық әлеуетіне байланысты болғандықтан, инновациялық әлеуеттің негізгі компоненттерінің ішінен отандық тоқыма кәсіпорындарының ерекшеліктері мен ағымдағы жағдайын есекере отырып олардың инновациялық белсенділігін басқаруда ең қажетті деп табылатын кадрлық әлеуетке және қаржылық әлеуетке талдау жүргіздік. Осло нұсқаулығында да кәсіпорындардың еңбек әлеуеті мен қаржылық әлеуетінің инновациялық аспектілерін сипаттайтын көрсеткіштерге үлкен мән берілген.

Зерттелген үш тоқыма кәсіпорындарында өнімдік, процестік және ұйымдастыру инновациялары бойынша белсенділіктің бар екендігі белгілі болды, бірақ ұйымдастыру инновациясы бойынша жұмыстар өте әлсіз, ал маркетингтік инновация бойынша мүлдем белсенділік байқалмады. Алдағы уақытта отандық тоқыма кәсіпорындарында инновациялық белсенділікті басқаруда маркетингтік, ұйымдастыру инновациялары бойынша да белсенділікті арттыруға ерекше мән беру қажеттігі айқындалды.

7. Отандық тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқаруды жетілдіру, оның тиімділігін арттыру мақсатында мемлекеттік ынталандыру шаралары ұсынылды. Өйткені тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқаруды жетілдіруді тек бір жақты қарастыру айтарлықтай толық нәтиже бермейді. Дамыған елдердің тәжірибелері көрсетіп отырғандай, кәсіпорындардың инновациялық белсенділігін арттыруға мемлекеттік қолдаулардың да қажет екендігі белгілі болып отыр.

Сондықтан да отандық тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін арттыруда мемлекет ынталандыру шаралары ретінде қаржылық, әкімшілік және инфрақұрылымдық ықпал ету тетіктерін қатар қолдану қажеттігі айқындалды. Мұнда мемлекет тек қаржылық көмек көрсетумен ғана шектеліп қалмай, сонымен қатар әкімшілік тетіктер арқылы қолдау және инфрақұрылыммен қамтамасыз етуге қолдау көрсету бойынша ынталандырудың нақты шаралары ұсынылды. Бұл ұсынылған ынталандыру шараларының іске асырылуы отандық тоқыма кәсіпорындарына инновацияларды енгізуге, инвесторлардың қызығушылығын арттыруға және олардың инновациялық белсенділігін басқаруды жетілдіруге оң ықпал етеді.

8. Тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін арттыруда оларды басқару үдерісін тиімді ұйымдастыру маңызды болып табылады. Өйткені бүгінгі таңда кейбір кәсіпорындар өзінің инновациялық әлеуетінен толық пайдалана алмайды, бәсекелестік күресте қолда бар мүмкіндіктерден толық пайдаланбайды. Бұл кәсіпорынның инновациялық белсенділігін басқарудың дұрыс жолға қойылмағандығын көрсетеді.

Қазіргі уақытта тәжірибеде кәсіпорындардың инновациялық белсенділігін басқарудың бірыңғай үлгісі жоқ. Сондықтанда кәсіпорындағы инновациялық белсенділікті басқару - бұл кәсіпорын басшылары, менеджерлеі үшін күрделі үдеріс.

Зерттеулер барысында өндіріс кәсіпорындарындағы инновациялық белсенділікті басқару теориясы мен үлгілерін, сондай-ақ тоқыма саласындағы шетелдік тәжірибелер мен отандық тоқыма өнеркәсібі саласындағы кәсіпорындардың ерекшеліктерін кешенді зерттегеннен кейін саладағы кәсіпорындардың инновациялық белсенділігін басқарудың жетілдіру мақсатында тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқарудың бейімделген үлгісі әзірленді.

9. Қазіргі жағдайда отандық тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқарудың тиімділігін арттыру үшін «ашық инновация»

моделінің ерекшеліктерінен пайдалану қажет. Өйткені бұл модельде ҒЗТКЖ басқаруда кәсіпорын тек өзінің ҒЗТКЖ-ның нәтижесін ғана күтпей, қажет болған жағдайда технологияларды ынтымақтастық немесе стартаптарға инвестициялау тетіктері арқылы сыртқы мердігерлерден де сатып алатын болады. Сонымен қатар қазіргі уақытта елімізде тоқыма саласында білікті мамандардың тапшылығын ескеретін болсақ, білікті мамандарды сырттан тартпай-ақ, керісінше қажет болған жағдайда ғана олардың қызметінен тапсырыс беру арқылы пайдалануға толық мүмкіндік бар. Зияткерлік меншікті басқаруда саладағы соңғы жаңалықтарды ескере отырып тоқыма өнеркәсібі дамыған елдердегі кәсіпорындардың зияткерлік меншігінен пайдаланатын болады. Бұл отандық тоқыма кәсіпорындарының қызметіне инновацияларды жылдам, әрі тиімді енгізуге мүмкіндік беріп, олардың инновациялық белсенділігін арттыруға оң ықпал етеді.

Қазақстан Республикасындағы тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін тиімді басқару бұл кәсіпорын үшін де, мемлекет үшін де және тұтынушы халық үшін де пайдалы болып табылады. Өйткені бұл барлық тарап үшін тиімді болып келеді. Сондықтанда мемлекет тарапынан жасалып жатқан қолдау шараларынан тиімді пайдалана отырып отандық тоқыма кәсіпорындары тұтынушылар үшін бәсекеге қабілетті өнімдер шығаруға, ішкі нарықты отандық сапалы, жаңа немесе жетілдірілген өнімдермен қамтуға атсалысуы қажет.

Қойылған міндеттердің шешімдерінің толықтығын бағалау. Диссертациялық зерттеуде қойылған міндеттер Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі Ұлттық статистика бюросының статистикалық мәліметтерін, Дүниежүзілік банк мәліметтерін, Қазақ мақта ассоциациясының мәліметтерін және отандық тоқыма кәсіпорындарының мәліметтерін пайдалана отырып толығымен шешілді. Тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқарудың теориялық және практикалық тәсілдері зерттелді. Оны одан әрі жетілдіру бойынша практикалық ұсыныстар әзірленді.

Нәтижелерді нақты пайдалану бойынша ұсыныстар мен бастапқы деректер. Тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін инновация түрлері бойынша нақты анықтау мақсатында ұсынылған белсенділік көрсеткіштері алдағы уақытта басқа да өнеркәсіп кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін анықтауда және олардың инновациялық белсенділігін басқару бойынша нақты шешімдер қабылдауда қолданылуы мүмкін. Зерттеулер барысында алынған нәтижелер Қазақстан Республикасының Цифрлық даму, инновациялар және аэроғарыш өнеркәсібі министрлігі, Қазақстан Республикасы Білім және ғылым министрлігі, Қазақстан Республикасының Индустрия және инфрақұрылымдық даму министрлігінің қызметінде қолданылуы мүмкін. Диссертациялық жұмыстағы материалдар «Инновациялық менеджмент», «Менеджмент», «Экономика» мамандығы бойынша магистранттар мен докторанттарды даярлауда қолданылуы мүмкін.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1 Қазақстан Республикасын индустриялық-инновациялық дамытудың 2020-2025 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы, Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2019 жылғы 31 желтоқсандағы № 1050 қаулысымен бекітілген.

2 Қазақстан Республикасының Президенті Қ.Тоқаевтың «Жаңа жағдайдағы Қазақстан: іс-қимыл кезеңі» атты Қазақстан халқына арналған Жолдауы. 2020 жылғы 1 қыркүйек.

3 Әмірбекұлы Е. Инновациялық бизнес. - Алматы: Экономика, 2014. -240 б.

4 Шумпетер, Й. Теория экономического развития: исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры / Й. Шумпетер; Пер. В.С. Автономов, М.С. Любский, А.Ю. Чепуренко. - Москва: Прогресс, 1982. - 456 с.

5 Joseph A. Schumpeter Business Cycles: A Theoretical, Historical and Statistical Analysis of the Capitalist Process. - New York Toronto London: McGraw-Hill Book Company, 1939. - 461 p.

6 Румянцева С.Ю., Коростышевская Е.М., Самылов И.О. Этапы становления и развития понятия «инновации» // Инновации. – 2018. -№ 3 (233). –С. 36-46.

7 Друкер П. Бизнес и инновации / пер. с англ. – Москва: ИД «Вильямс», 2018. - 432 с.

8 Фостер Р. Обновление производства: атакующие выигрывают. – Москва: Прогресс, 1987. - 272 с.

9 Мыңатаев М.М., Әбдіғаппарова С.Б., Мырзагелдиева Ж.М., Бөлегенова А.Т. Инновациялық менеджмент. – Алматы: Экономика, 2012. -198 б.

10 Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент / Учебник для вузов. 6-е изд.– СПб.: Питер, 2011. - 443 с.

11 Руководство Осло. Рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям. Третье издание. ОЭСР и Развития статистическое бюро европейских сообществ. Перевод на русский язык, Государственное учреждение «Центр исследований и статистики науки». – Москва: ЦИСН, 2006. - 191 с.

12 Oslo Manual 2018 Guidelines for collcting, reporting and using data on innovation 4 th edition. – OECD Publishing, Paris/Eurostat, Luxembourg, 2018. – 256 p. <https://doi.org/10.1787/9789264304604-en>.

13 Исабеков Б. Парасатты экономика: дағдарыс пен серпіліс. – Астана: Фолиант, 2013. - 528 б.

14 Қазақстан Республикасының Кәсіпкерлік Кодексі. Қазақстан Республикасының Кодексі 2015 жылғы 29 қазандағы № 375-V ҚРЗ бекітілген.

15 Большой экономический словарь / под ред. А.Б. Борисова. – Москва: Книжный мир, 2000. - 895 с.

- 16 Сабден О. Инновационная экономика. – Алматы: Эксклюзив, 2008. - 492 с.
- 17 Бимендиева Л.А., Пазиров Ф.А., Сейдахметов М.Қ., Дурру О. Кәсіпорынның инновациялық белсендігін басқару, бәсекеге қабілеттілікті арттыру факторы ретінде // «Өмір сүру сапасын арттыру контекстіндегі инновациялық-кәсіпкерлік білім беру» атты Халықаралық ғылыми-практикалық конференцияның материалдары. – Алматы: Тұран университеті, 2018. Б.147-152.
- 18 Экономическая энциклопедия / Гл. ред. Л. И. Абалкин и др. – Москва: Экономика, 1999. - 1054 с.
- 19 Трифилова А.А. Управление инновационным развитием предприятия. – Москва: Финансы и статистика, 2003. - 176 с.
- 20 Баранова, И. В., Черепанова М. В. Методические подходы к оценке инновационной активности и инновационного потенциала вуза // Сибирская финансовая школа. – 2006. - №4. – С. 163-167.
- 21 Балашов А.И., Рогова Е.М., Ткаченко Е.А. Инновационная активность российских предприятий: проблемы измерения и условия роста. - Санкт-Петербург: Издательство Санкт-Петербургского государственного политехнического университета, 2010. - 207 с.
- 22 Мельников О.Н., Шувалов В.Н. Инновационная активность как фактор повышения конкурентоспособности предприятия // Российское предпринимательство. – 2005. – Том 6, № 9. – С. 100-104.
- 23 Крайнова А.В. Инновационные факторы повышения конкурентоспособности российской экономики // Вестник СГЭУ. – 2012. -№4. – С. 46-50.
- 24 Белокрылова О.С. Теория инновационной экономики. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2009. – 376 с.
- 25 Трилицкая О.Ю. Инновационная активность как фактор повышения конкурентоспособности предприятия // Вестник ВГУ. Серия 3, Экономика. – 2013. - № 1 (22). – С. 155-161.
- 26 Хотяшева О.М. Инновационный менеджмент. – Санкт-Петербург: Питер, 2006. – 384 с.
- 27 Баранчев В.П., Масленникова Н.П., Мишин В.М. Управление инновациями / 2-е изд., перер. и доп. – Москва: Юрайт, 2015. – 711 с.
- 28 Gooper R.G. Winning at New Products: Creating Value Through Innovation / 4th edition. – New York: Basic Books, 2011. – 408 p.
- 29 Mensch G. Das technologische Patt: Innovationen uberwinden die Depression. – Frankfurt: Umschau verlag, 1975. – 287 s.
- 30 Чесбро Генри. Открытые инновации: создание прибыльных технологий / Генри Чесбро; пер. с англ. В. Н. Егорова. – Москва: Поколение, 2007. - 336 с.
- 31 Садыханова Г.А. Теоретические основы концепции открытых инноваций // Вестник КазНУ. Серия экономическая. – 2015. - №6 (112). – С. 132-137.

32 Днишев Ф.М., Альжанова Ф.Г. Развитие инноваций и технологий в условиях глобализации: мировой опыт и Казахстан. – Алматы: Институт экономики КН МОН РК, 2013. – 62 с.

33 Мухамбетова Л.К., Чимгентбаева Г.К., Мунасипова М.Е. ҚР экономикасының жаңғырту жағдайында инновациялық белсенділікті микродеңгейде зерттеудің теориялық аспектілері // Вестник КазНУ. Серия экономическая. – 2016. - №5 (117). – Б. 110-117.

34 Ережепова А.А. Инновационное предпринимательство. – Алматы: Қазақ университеті, 2018. – 220 с.

35 Бугубаева Р.О., Бегежанов Р.Б. Инновационная активность предприятия – важный индикатор инновационного развития Казахстана // Сетевой научно-практический журнал, Серия Экономические исследования. – 2015. -№1. – С. 41-47.

36 Obradovic D., Obradovic D. The role innovation on strategic orientations and competitiveness of enterprises // Ecoforum. – 2016. – vol. 5, Issue 1 (8). – P. 90-95.

37 Vidmar D., Innovation activity in industry and selected services // Metodological explanation. <http://businessdocbox.com/Marketing/83837035-Methodological-explanation-innovation-activity-in-industry-and-selected-services.html>. 26.04.2018.

38 Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрлігінің Статистика комитеті төрағасының «Ғылыми-зерттеу және тәжірибелік-конструкторлық жұмыстар және инновациялар статистикасы көрсеткіштерін қалыптастыру бойынша әдістемені бекіту туралы» 2016 жылғы 6 қазандағы № 232 бұйрығы.

39 Отчет по результатам маркетингового исследования Производство готовых текстильных изделий, кроме одежды в Республике Казахстан. – Алматы: ТОО Исследовательская группа DAMU RG, 2018. – 94 с.

40 Епанчинцева С.Э. Развитие легкой промышленности: опыт зарубежных стран // Вестник КазЭУ. – 2012. - № 3. – С. 107 -114.

41 Balassa, V. Trade Liberalization and Revealed Comparative Advantage. – The Manchester School of Economic and Social Studies, 33, 1965. – P. 99–123.

42 Dziallas M., Blind K. Innovation indicators throughout the innovation process: An extensive literature analysis // Technovation. – 2019. – vol. 80-81. – P. 3–29. doi.org/10.1016/j.technovation.2018.05.005

43 Деревянкин И.А. Разработка комплексной методики оценки инновационной активности предприятий пищевой промышленности // Вестник ВГУИТ. – 2013. - №3. – С. 217-221. doi.org/10.20914/2310-1202-2013-3-217-221.

44 Волков А.Т., Дуненкова Е. Н., Онищенко С. И. Инновационный менеджмент. – Москва: Издательский дом ГУУ, 2016. – 98 с.

45 European Innovation Scoreboard 2019 – Methodology Report. – The Netherlands: Maastricht University, 2019. – 37 p.

46 Трифилова А.А. Оценка эффективности инновационного развития предприятия. - Москва: Финансы и статистика, 2005.- 167 с.

47 Гунин В.Н., Баранчеев В.П., Устинов В.А. и др. Модульная программа для менеджеров. Управление инновациями. Модуль 7. - Москва: ИНФРА-М, 1999. – 328 с.

48 Тигран О. Инновационная тысяча // <https://stimul.online/articles/innovatsii/innovatsionnaya-tysyacha> 25.12.2019.

49 Мелисса А. Шиллинг. Технологиялық инновациялардағы стратегиялық менеджмент. Бесінші басылым. – Алматы: Ұлттық аударма бюросы, 2019. – 378 б.

50 Cavdar S.C., Aydin A.D. An empirical analysis about technological development and innovation indicators // *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. – 2015. – vol. 195. – P. 1486–1495. doi: 10.1016/j.sbspro.2015.06.449.

51 Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі Ұлттық статистика бюросының сайты: www.stat.gov.kz

52 В Казахстане составят рейтинг инновационных компаний // https://forbes.kz/news/2018/06/08/newsid_174498 15.01.2020.

53 Иваницкая А.Е. Концептуальные основы управления инновационной деятельностью предприятий текстильной промышленности // *Технология текстильной промышленности*. – 2014. - № 4(352). – С. 62-68.

54 Wadho W., Chaudhry A. Innovation in the Textiles Sector: A Firm-Level Analysis of Technological and Nontechnological Innovation // *The Lahore Journal of Economics*. – 2016. -№21. –September. –P. 129–166. <https://doi.org/10.35536/lje.2016.v21.isp.a6>

55 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.

56 Бимендиева Л.А., Пазиров Ф.А., Кальбаева Н.Т. Тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының инновациялық белсенділігі және оны бағалаудың кешенді көрсеткіштері // *Экономика: стратегия және практика*. – 2020. -№ 2 (15). –Б. 79-93.

57 Бимендиева Л.А., Пазиров Ф.А. Тоқыма кәсіпорындарына басқарушылық инновацияларды енгізудің құралдары // VI Халықаралық Фараби оқулары аясында Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ-дың 85 жылдығына, Экономика және бизнес Жоғары мектебінің 70 жылдығына арналған «Қазақстан мультиполярлы әлемде: экономикалық сценарийлер» атты халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференцияның материалдары. – Алматы: Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ, 2019. – Б. 112-118.

58 Сотникова К.И. Взаимосвязь между инновационной средой и системой управления // *Вестник МГУ. Серия 6. Экономика*. – 2013. - №5. - С. 21-33.

59 Хамел Г. Во главе революции. Как добиться успеха в турбулентные времена, превратив инновации в образ жизни / Пер. с англ.: В. Мишучков. Москва: BestBusinessBooks, 2007. – 368 с.

60 Иващенко Н.П., Пазиров Ф.А. ҚР тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқарудың тиімділігін арттыру // ҚазҰУ Хабаршысы, Экономика сериясы. – 2019. - №1 (127). – Б. 22-32.

61 Рассадина А.К. Кадровое обеспечение инновационной экономики. Опыт экономически развитых стран // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. – 2011. -№ 1. – С. 109-120.

62 Васильченко Н.Г., Бурлюкина Е.В., Секерин В.Д. Маркетинговые исследования рынка образовательных услуг в регионе // Маркетинг. – 2003. - №1. – С. 21-27.

63 Колесникова О.Н., Локтионова Ю.Н. Управленческие инновации и инструменты их внедрения в управление организацией // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. – 2009. - №6. – С. 40-43.

64 Афанасьева А.Н. Теория менеджмента. – Казань: Казанск. гос. архитектур.-строит. ун-та, 2018.– 143 с.

65 Легкая промышленность для ответственного бизнеса // <https://kapital.kz/business/60472/legkaya-promyshlennost-dlya-otvetstvennogo-biznesa.html> 25.05.2019.

66 Antczak A., Greta M., Kopec A., Otto J. Characteristics of the Textile Industry of Two Asian Powers: China and India. Prospects for their Further Development on Global Markets // *Fibres & textiles in Eastern Europe*. – 2019. - vol. 27. - No. 5(137). – P. 9-14. DOI: 10.5604/01.3001.0013.2895.

67 World Integrated Trade Solution бағдарламалық жасақтама сайты: wits.worldbank.org.

68 Сейдахметов М.Қ., Кальбаева Н.Т., Пазиров Ф.А. Жаһандық бәсекелестік жағдайында тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін арттыру // «Жаһандық пандемия сын-қатерлері жағдайындағы ұлттық экономикалардың қазіргі тенденциялары мен даму перспективалары» халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференциясының еңбектер жинағы. – Нұр-Сұлтан: Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, 2020. – Б. 87-92.

69 «Оңтүстік» арнайы экономикалық аймағын құру туралы Қазақстан Республикасы Президентінің 2005 жылғы 6 шілдедегі N 1605 Жарлығы (Қазақстан Республикасы Президентінің 2018 жылғы 5 мамырдағы № 681 Жарлығымен өзгерістер енгізілген).

70 «Оңтүстік» арнайы экономикалық аймағының сайты: www.kazsez.com.

71 Галушко И. Хлопководство Казахстана переживает не лучшие времена // <https://exk.kz/news/5163/khlopkovodstvo-kazakhstan-pieriezhivaet-nie-luchshie-vremiena> 06.05.2019.

72 Назарбаева Д. Жеңіл өнеркәсіптің әлеуметтік маңыздылығы туралы айтты // https://www.inform.kz/kz/dariga-nazarbaeva-zhenil-onerkasiptin-aleumettik-manyzdylygy-turalyaytty_a3621237 15.03.2020.

73 Селезнева В. Проблемы легкой промышленности РК: более 80% казахстанского хлопка экспортируется за рубеж // <https://www.kazpravda.kz/news/ekonomika/problemi-legkoi-promishlennosti-rk-bolee-80-kazahstanskogo-hlopka-eksportiruetsya-za-rubezh> 26.12.2018.

74 Қазақ мақта ассоциациясының сайты: www.cottonunion.kz.

75 Қазақстан Республикасында жеңіл өнеркәсіпті дамыту жөніндегі 2010 - 2014 жылдарға арналған бағдарлама. Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2010 жылғы 30 қыркүйектегі № 1003 Қаулысы.

76 Қазақстан Республикасы Премьер министрінің сайты primeminister.kz.

77 Cagnazzo L., Taticchi P., Botarelli M. A literature review on innovation management tools // Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria. – 2008.– vol. 1. -№. 3. – P. 316-330. <https://doi.org/10.5902/19834659620>.

78 Айтбай М. Шымкентте өндіріледі // Jas Qazaq. – 2020. -№11-12(791-792).

79 Горевая Е.С., Бедарева К.В. Анализ барьеров и возможностей для развития инновационной активности предприятий легкой промышленности // Российское предпринимательство. – 2017. – Том 18, № 11. – С. 1813-1828.

80 Пазилов Ғ.А., Құлбай Б.С., Айтымбетова А.Н. Тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқару моделі // Central Asian Economic Review. – 2021. -№ 2 (137). –Б. 42-54. doi.org/10.52821/2224-5561-2021-2-42-54.

81 Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі Ұлттық статистика бюросы «Қазақстанның ғылымы және инновациялық қызметі», 2010-2020. Статистикалық жинақ.

82 Каменских М.А. Инновационная активность стран Евросоюза // Российский внешнеэкономический вестник. – 2016. - № 11. – С. 122-133.

83 Pazilov G.A., Seidakhmetov M.K., Vimendiyeva L.A., Zhidebekkyzy A. Factors affecting innovative activity of textile enterprises in Kazakhstan // Economic Herald of State Higher Educational Institution «Ukrainian State University of Chemical Technology». – 2020. - №2(12). –P. 58-66. DOI: 10.32434/2415-3974-2020-12-2-58-65.

84 Бижикеева М. Легпром в Казахстане: цифры новые – проблемы старые // <https://kapital.kz/economic/80063/legprom-v-kazakhstane-tsifry-novyue-problemy-staryue.html> 30.07.2019.

85 Обзор развития текстильной отрасли Узбекистана в 2017-2020 годах // <https://review.uz/post/obzor-razvitiya-tekstilnoy-otrasli-uzbekistana-v-2017-2020-godax> 05.02.2021.

86 Ануарбек Г. Любовь Худова: Кыргызы повсюду. И они ставят рекорды в легкомпроме // <https://kapital.kz/experts/49169/lyubov-khudova-kyrgyzy-povsyudu-i-oni-stavyat-rekordy-v-legkoprome.html> 08.04.2019.

87 Текстильная промышленность Туркменистана: высокая динамика развития // <https://e-cis.info/news/567/89752/> 10.01.2021.

88 Сейдахметова Б. Сенаторы обещают помочь с долгосрочными госзаказами в обмен на обязательства // <https://365info.kz/2020/02/senatory-obeshhayut-pomoch-s-dolgosrochnymi-goszakazami-v-obmen-na-obyazatelstva> 27.02.2020.

89 Сейдахметова Б. Секреты минобороны и минздрава наносят ущерб экономике Казахстана // <https://365info.kz/2020/02/sekrety-minoborony-i-minzdrava-nanosyat-ushherb-ekonomike-kazahstana> 21.02.2020.

90 Песков В.В. Исследование факторов, влияющих на уровень инновационной активности предприятий в России // Бизнес в законе. – 2011. - №2. – С. 294-297.

91 Панова, Е.А. Факторы, оказывающие влияние на инновационную активность российских промышленных предприятий // Креативная экономика. – 2015. - № 9(10). – С. 1205-1216.

92 Елюбаева А. Дарига Назарбаева перечислила барьеры в развитии легкой промышленности // <https://kapital.kz/economic/85185/dariga-nazarbayeva-perechislila-bar-yery-v-razvitii-legkoj-promyshlennosti.html> 04.03.2020.

93 Саксина Н.Н., Бабенко С.А. Активность персонала как фактор инновационной деятельности предприятия // Перспективы науки и образования. – 2013. - №5. – С. 219-223.

94 Борщёва Н.Л., Федосова Р.Н., Юссуф А.А. Оценка внешних факторов предприятий текстильной и швейной промышленности, влияющих на их инновационную активность // Технология текстильной промышленности. – 2016. -№5(365). – С. 51-55.

95 «Azala Textile» ЖШС сайты: azalatextile.kz.

96 О компании ИКЕА. <https://www.ikea.com>.

97 Производитель ковров «Бал Текстиль» перестраивает бизнес-процессы под технологии Индустрии 4.0. // <https://qazindustry.gov.kz/ru/article/vyzov-na-kover> 22.05.2020.

98 Classification of manufacturing industries into categories based on R&D intensities. – OECD Directorate for Science, Technology and Industry, 2011. – 6 p.

99 Zawislak P.A., Zen A.C., Fracasso E.M., Reichert F.M., Pufal N.A. Types of Innovation in Low-Technology Firms of Emerging Markets: An Empirical Study in Brazilian Industry // Revista de Administração e Inovação, São Paulo. – 2013. – vol. 10. -№1. – P. 212-231. DOI:10.5773/rai.v10i1.1105.

100 Егорова С.Е, Кулакова Н.Г. Анализ инновационного потенциала организации в системе инновационного развития экономики региона // Аудит и финансовый анализ. – 2012. -№3. – С. 109-122.

101 Завлина П.Н., Казанцева А.К., Миндели Л.Э. Основы инновационного менеджмента. Теория и практика. – Москва: Экономика, 2004. – 518 с.

102 Миляева Л.Г., Белоусов Д.А. Оценка инновационного потенциала организаций: теоретические и методические аспекты. – Бийск: Изд-во АГТУ, 2010. – 124 с.

103 Бовин А.А., Чередникова Л.Е., Якимович В.А. Управление инновациями в организации. – Москва: Омега-Л, 2011. – 416 с.

104 Гладкова В.Е., Репкина О.Б. Инновации в системе финансового менеджмента // Научный журнал Сервис Plus. – 2017. - Том 11. -№ 2. – С. 37-47. DOI: 10.22412/1993-7768-11-2-4.

105 Азатбек Т.А., Исаева Б.К. Роль кадрового потенциала в инновационном развитии нефтяных компаний // Вестник КазНУ. Серия экономическая. – 2014. -№3 (103). – С. 48-53.

106 «Azala Textile» ЖШС қаржылық есебі, 2017-2019 жж.

- 107 «Бал Текстиль» ЖШС қаржылық есебі, 2017-2019 жж.
- 108 «Azala Cotton» ЖШС қаржылық есебі, 2017-2019 жж.
- 109 Шешукова Т.Г., Колесень Е.В. Совершенствование методики анализа экономического потенциала хозяйствующего субъекта. – Пермь: ПГНИУ, 2013. – 196 с.
- 110 Тесла компаниясының сайты: <https://www.tesla.com>.
- 111 Сорокин А.Е., Новиков С.В. Некоторые особенности управления инновационной деятельностью в странах ЕС и США // Инновации. – 2018. -№ 6 (236). – С. 84-91.
- 112 Кузьмина Е.Ю., Соклакова И.В., Сурат И.Л. Инновационное развитие как фактор конкурентоспособности национальной экономики // Вестник университета. – 2020. -№ 2. – С. 63-67. DOI 10.26425/1816-4277-2020-2-63-67.
- 113 Национальный доклад по науке. – Нур-Султан - Алматы, 2021. -250 с.
- 114 Захаров П.Н., Названова К.В., Посаженников А.А., Захарова Ж.А. Модель оценки факторов развития текстильной промышленности: инновационный аспект // Технология текстильной промышленности. – 2018. - №3. – Б. 29-33.
- 115 Aileni R.M., Chiriac L., Surdu L., Radulescu R.I. Field research and methodologies for textile industry innovation in the context of European economy // Industria textile. – 2020. – Vol. 71. - №1. –P. 12-16. DOI: 10.35530/IT.071.01.1623.
- 116 Stanisławski R., Olczak A. Innovative Activity in the Small Business Sector of the Textile and Clothing Industry // Fibres & textiles in Eastern Europe. – 2010. – vol. 18. -№ 1(78). – P. 13-16.
- 117 Колесов В. П., Осьмова М. Н. Национальные инновационные системы. - Москва: МАКС Пресс, 2011. - 296 с.
- 118 Пазиллов Г.А., Иващенко Н.П. Бимендиева Л.А., Кальменова М.Т., Есиркепова А.М. Управление инновационной активностью текстильных предприятий Казахстана // Технология текстильной промышленности. – 2019. - №1. –С. 135-142.
- 119 Зарубежный опыт государственной поддержки инновационных малых и средних предприятий // <https://kfp.ru/analytics/material/innovation.php> 25.02.2016.
- 120 Айбосынова Д.А. Зарубежный опыт управления инновационной деятельностью малых и средних предприятий // Журнал «Вестник КазНУ. Серия экономическая». – 2021. - №4 (138). – С. 142 – 154.
- 121 Tudor L. Change in Textile and Clothing Industry // Industria textile. – 2018. – vol. 69. -№1. – P. 37-43. DOI: 10.35530/IT.069.01.1449.
- 122 Measuring innovation a new perspective // https://read.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/measuring-innovation_9789264059474-en#09.08.2021.
- 123 Худова Л. Проблемы текстильной промышленности обсуждают на международной выставке в Шымкенте // www.inform.kz/ru/problemy-tekstil-noy-promyshlennosti-obsuzhdayut-na-mezhdunarodnoy-vystavke-v-shymkente_a2826548 20.11.2020.

124 Қазақстан Республикасының 2020 жылға дейінгі инновациялық даму тұжырымдамасы, Қазақстан Республикасы Президентінің 2013 жылғы 4 маусымдағы № 579 Жарлығымен бекітілген.

125 Баксултанов Д.Е., Курманов Н.А., Сырлыбаева Н.Ш. Вопросы формирования и развития национальной инновационной системы Казахстана // Журнал «Вестник КазНУ. Серия экономическая». – 2021. - №2(136). – С.60-71.

126 Қазақстан Республикасының Цифрлық даму, инновациялар және аэроғарыш өнеркәсібі министрлігі: Инновацияларды мемлекеттік қолдау шаралары // <https://www.gov.kz/memleket/entities/mdai/activities/1501?lang=kkr&rentId=9> 16.08.2021.

127 SERVOTrail – необходимость для рентабельных прядильных фабрик // Link. Журнал для клиентов фирмы Rieter. – 2017. - №71. – С. 10-14.

128 Drath R, Horch A. Industrie 4.0: Hit or Hype? // IEEE Industrial Electronics Magazine. – 2014. –vol. 8. -Issue: 2. – P. 56-58. DOI:10.1109/MIE.2014. 2312079.

129 Lasi H., Fettke P., Kemper H.G., Feld T., Hoffmann M. Industry 4.0 // Business & Information Systems Engineering. –2014. -№6. –P.239-242. <https://doi.org/10.1007/s12599-014-0334-4>.

130 Омаров М.М., Афанасьева Е.С. Цифровые технологии как маркетинговый инструмент определения возможностей предприятия в стратегической перспективе // Известия Международной академии аграрного образования. – 2016. - № 31. – С. 131-133.

131 Küsters D., Praß N., Gloy Y. Textile Learning Factory 4.0 – Preparing Germany’s Textile Industry for the Digital Future // 7th Conference on Learning Factories, CLF. – 2017. – Procedia Manufacturing 9. – P. 214 – 221. doi: 10.1016/j.promfg.2017.04.035.

132 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.

133 Ślusarczyk, B., Haque, A.U. Public services for business environment: Challenges for implementing industry 4.0 in polish and canadian logistic enterprises // Administrativesi Management Public. –2019. -№33. –P.57-76. DOI: 10.24818/amp/2019.33-04.

134 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.org/10.48084/etasr.1730.

135 Боровских Н.В., Кипервар Е.А. Проблемы повышения инновационной активности предприятий легкой промышленности // Омский научный вестник. Серия «Общество, истории, современность». – 2017. -№4. – С. 48-53.

136 Preferred Fiber Market Report 2016. - Textile Exchange, 2016. – 54 p.

137 Кузнецова А.И. Инновационная активность городского населения как фактор эффективного функционирования региональной экономики // Вестник МУ им. С.Ю. Витте. – 2016. - №1(16). – С. 77-87.

138 Smart Textiles. Israeli med-tech start-up launches anti-microbial facemasks in UK // <https://www.innovationintextiles.com/smart-textiles-nanotechnology/israeli-medtech-startup-launches-antimicrobial-facemasks-in-uk/> 12.07.2021.

139 Купешова С.Т. Инновациялық менеджмент. – Алматы: Дәуір, 2011. – 256 б.

140 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.

141 Суиц В.П., Раимбеков Ж.С., Исамбаева А.Ж., Агабекова Г.Н., Есиркепова А.М. Транспортно-логистическая система как фактор развития текстильной сферы Республики Казахстан // Технология текстильной промышленности. – 2017. -№6 (372). – С. 54-61.

142 Utkun E., Atilgan T. Marketing Innovation in the Apparel Industry: Turkey // Fibres&textiles in Eastern Europe. – 2010. – vol. 18. -№ 6 (83). – P. 26-31.

143 Lalic B., Rakic S., Marjanovic U. Use of Industry 4.0 and Organisational Innovation Concepts in the Serbian Textile and Apparel Industry // Fibres&textiles in Eastern Europe. –2019. –vol.27, -№3(135). –P. 10-18. doi: 10.5604/01.3001.0013.0737.

144 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.

145 Имаи М. Кайдзен: ключ к успеху японских компаний. Пер. с англ. – Москва: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 274 с.

ҚОСЫМША А

Кәсіпорын өндірген өнімдерін сату нарығы туралы мәлімет

Сіздің компанияңыз тауарларды және / немесе қызметтерді қандай географиялық нарықтарда сатты	Иә	Жоқ
Кәсіпорын орналасқан аймақта ғана		
Қазақстанның басқа аймақтарында да		
ЕАЭО елдері		
Жақын шет елдер		
Алыс шет елдер		

ҚОСЫМША Ә

Сауалнама «Өнім инновациясы»

<p>Өнім инновациясы – пайдалану тәсілі немесе қасиеті жағынан жаңа немесе айтарлықтай жетілдірілген тауарларды немесе қызметтерді енгізу. Мұнда пайдаланушыға немесе басқа функционалдық сипаттамаларға қатынасы бойынша техникалық сипаттамасында, құрауыштарында және материалдарында, орнатылған бағдарламалық қамсыздандыруда елеулі жетілдірулер қамтылады. Бұл жерде «өнім» термині тауар ретінде де, қызмет ретінде де қолданылады.</p>		
	Иә	Жоқ
Жаңа немесе едәуір жетілдірілген өнімдер (жаңа тауарларды қарапайым қайта сатуды және тек эстетикалық сипаттағы өзгерістерді қоспағанда)		
Жаңа немесе айтарлықтай жақсартылған қызметтер		
Егер сіздің кәсіпорыныңызда өнім инновациясы бар болса, бұл өнім инновацияларын кім жасады?		
	Инновациялық тауарлар	Қызмет көрсету саласындағы инновациялар
Сіздің компанияңыздың өзі		
Сіздің компанияңыз басқа кәсіпорындармен немесе мекемелермен бірге		
Сіздің компанияңыз бастапқыда басқа кәсіпорындар немесе мекемелер жасаған тауарларды немесе қызметтерді бейімдеу немесе өзгерту арқылы		
Басқа кәсіпорындар немесе мекемелер		
Жоғарыда келтірілген анықтамаларды қолдана отырып, 2019 жылы сіздің жалпы айналымыңыздың пайызын көрсетіңіз:		
Сіздің нарығыңыз үшін жаңа болған 2019 жылы ұсынылған жаңа немесе айтарлықтай жетілдірілген өнімдер	%	/ ____ /
Сіздің компанияңыз үшін жаңа болған 2019 жылы ұсынылған жаңа немесе айтарлықтай жетілдірілген өнімдер	%	/ ____ /
2019 жыл ішінде өзгермеген немесе сәл ғана өзгерген өнімдер (басқа кәсіпорындардан сатып алынған жаңа өнімдерді қайта сатуды қоса алғанда)	%	/ ____ /
Барлығы	%	/ <u>100</u> /

ҚОСЫМША Б

Сауалнама «Процестік инновация»

<p>Процестік инновация – өнім өндіру немесе өнімді жеткізудің жаңа немесе айтарлықтай жетілдірілген әдісін енгізу. Бұған технологиялардағы, өндіріс жабдықтарындағы және / немесе бағдарламалық қамтамасыз етудегі елеулі өзгерістер кіреді.</p>			
<p>Процестік инновациялар сіздің кәсіпорныңыз үшін жаңа болуы керек, бірақ ол сіздің нарық үшін жаңа болуы міндетті емес. Инновацияны бастапқыда сіздің кәсіпорын немесе басқа кәсіпорындар әзірлеуі мүмкін еді.</p>			
<p>2017-2019 жылы сіздің кәсіпорныңыз мыналарды енгізді ме:</p>			
	Иә	Жоқ	
Тауарларды немесе қызметтерді өндірудің жаңа немесе едәуір жетілдірілген әдістері			
Ресурстарды, тауарларды немесе қызметтерді логистика, жеткізу немесе бөлудің жаңа немесе едәуір жетілдірілген әдістері			
Техникалық қызмет көрсету жүйелері немесе сатып алу операциялары, бухгалтерлік есеп немесе есептеу сияқты үдерістер үшін жаңа немесе едәуір жетілдірілген қосалқы әрекеттер			
<p>Егер сіздің кәсіпорында процестік инновациялар бар болса, бұл процестік инновацияларды кім жасады?</p>			
Сіздің компанияңыздың өзі			
Сіздің компанияңыз басқа кәсіпорындармен немесе мекемелермен бірге			
Сіздің компанияңыз бастапқыда басқа кәсіпорындар немесе мекемелер жасаған тауарларды немесе қызметтерді бейімдеу немесе өзгерту арқылы			
Басқа кәсіпорындар немесе мекемелер			
<p>2017-2019 жж. енгізілген процестік инновацияңыздың кез-келгені сіздің нарығыңыз үшін жаңа болды ма</p>			
	Иә	Жоқ	Мен білмеймін

ҚОСЫМША В

Сауалнама «Маркетингтік инновация»

<p>Маркетингтік инновация - бұл сіздің бизнесіңіздің қолданыстағы маркетингтік әдістерінен айтарлықтай ерекшеленетін және бұрын қолданылмаған жаңа маркетингтік тұжырымдаманы немесе стратегияны жүзеге асыру. Бұл өнімнің дизайнында немесе қаптамасында, өнімді орналастыруда, өнімді сатуда немесе баға белгілеуде айтарлықтай өзгерістерді қажет етеді. Маркетинг әдістеріндегі маусымдық, тұрақты және басқа да өзгерістерді қоспаңыз.</p>		
	Иә	Жоқ
2017-2019 жж. сіздің кәсіпорныңыз енгізді:		
Өнімнің немесе қызметтің эстетикалық дизайнындағы немесе қаптамасындағы маңызды өзгерістер (өнімнің функционалды немесе пайдаланушылық сипаттамаларын өзгертетін өзгерістерді қоспағанда-бұл өнім инновациясы)		
Жаңа медиа немесе өнімді сату әдістері (мысалы, жаңа жарнама медиасын бірінші рет пайдалану, жаңа бренд имиджі, адалдық карталарын енгізу және т. б.)		
Өнімді орналастырудың жаңа әдістері немесе сату арналары (мысалы, франчайзингтік немесе дистрибьюторлық лицензияларды алғашқы пайдалану, тікелей сату, эксклюзивті бөлшек сауда, өнімді ұсынудың жаңа тұжырымдамалары және т. б.)		
Тауарлар мен қызметтерге баға белгілеудің жаңа әдістері (мысалы, сұраныстың өзгермелі бағалары, жеңілдіктер жүйесі және т. б.)		

ҚОСЫМША Г

Сауалнама «Ұйымдастырушылық инновация»

<p>Ұйымдастырушылық инновация - бұл сіздің кәсіпорыныңыздың іскерлік тәжірибесіндегі (соның ішінде білімді басқару), жұмыс орнын ұйымдастырудағы немесе сіздің кәсіпорныңыз бұрын қолданбаған сыртқы байланыстағы жаңа ұйымдастырушылық әдіс.</p> <p>- Бұл басшылық қабылдаған стратегиялық шешімдердің нәтижесі болуы керек. - Егер олар бірінші рет орын алса да, бірігу немесе жұтылуды есепке алмаңыз.</p>		
	Иә	Жоқ
2017-2019 жж. ішінде сіздің кәсіпорныңыз енгізді:		
Рәсімдерді ұйымдастыруға арналған жаңа бизнес-тәжірибелер (мысалы, жеткізілім тізбегін басқару, бизнесті қайта құру, білімді басқару, үнемді өндіріс, сапаны басқару және т. б.)		
Еңбек міндеттерін ұйымдастырудың және шешім қабылдаудың жаңа әдістері (мысалы, қызметкерлердің жаңа міндеттер жүйесін бірінші рет қолдану, командалық жұмыс, орталықсыздандыру, бөлімдерді біріктіру немесе бөлу, білім беру/оқыту жүйелері және т. б.)		
Басқа кәсіпорындармен немесе мемлекеттік мекемелермен сыртқы байланысты ұйымдастырудың жаңа әдістері (мысалы, одақтарды, серіктестіктерді, аутсорсингті немесе қосалқы мердігерлікті және т. б.)		

ҚОСЫМША Ғ

Тоқыма кәсіпорындарының баланс активтері мен пассивтері туралы мәлімет, 2017-2019 жж., мың теңге

Кәсіпорын балансының активі мен пассиві	«Бал Текстиль» ЖШС			«Azala Textile» ЖШС			«Azala Cotton» ЖШС		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019	2017	2018	2019
Айналымнан тыс активтері, оның ішінде	2 145 114	3 015 688	2 827 905	2 110 687,49	3 563 064,5	2 615 177,8	1 768 858,918	1 697 132,144	1 634 781,715
- негізгі құралдар	1 843 506	3 014 967	2 768 829	2 043 247	3 489 215,3	2 554 150,6	1 765 987,56	1 687 546,01	1 618 796,1
- материалдық емес активтер	601	695	18 767	7,290	20,2	17,8	-	-	-
- ұзақ мерзімді қаржылық салымдар	-	-	-	108	200	-	-	-	-
- ұзақ мерзімді дебиторлық берешек	-	-	-	-	-	-	2 871,358	9 586,134	15 985,615
- басқа айналымнан тыс активтер	301 007	26	40 309	67 325,2	73 629,0	61 009,4	-	-	-
Айналым активтері, оның ішінде	1 747 682	2 524 076	4 429 915	2 664 908,11	6 223 872,2	3 306 110,7	1 536 767,953	1 688 122,061	1 012 659,831
- тауарлы-материалдық қорлар	1 474 355	2 115 095	3 319 752	2 133 407,5	5 786 745,2	2 924 177	1 506 900,61	1 200 052,1	495 566,3
- болашақ кезеңнің шығындары	51 577	1 455	289	-	38 290	-	-	-	50 000
- қысқа мерзімді қаржылық салымдар	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- ақша қаражаттары	51 907	21 324	226 550	23,49	217 751,5	4 820,4	9 130,57	1 481,16	102 228,5
- қысқа мерзімді дебиторлық берешек	67 241	146 393	139 462	529 986,1	180 089,5	375 006,1	20 736,733	486 588,801	364 865,031
- басқа да айналым активтері	102 602	239 809	743 862	1 491,02	996,0	2 107,2	-	-	-
Активтердің барлығы	3 892 796	5 539 764	7 257 820	4 775 595,6	9 786 936,7	5 921 288,5	3 305 626,871	3 385 254,205	2 647 441,546
Меншікті капитал:									
- жарғылық капитал	162	162	162	916 026,4	916 026,4	916 026,4	100	100	100
- резервтер	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- бөлінбеген пайда (орны толтырылмаған зала)	-686 714	-1 432 902	-1 746 046	160 512,8	1 813 208,6	101 361,2	157 521,295	160 000	80 000
Міндеттемелер:							3 148 005,576	3 225 154,205	2 567 341,546
- қысқа мерзімді	3 368 324	5 133 421	6 841 367	238 635,5	3 898 122	4 803 836,7	695 261,699	1 432 718,86	1 361 769,252
- ұзақ мерзімді	1 211 024	1 839 083	2 162 337	3 460 420,9	3 159 579,7	100 064,2	2 452 743,877	1 792 435,345	1 205 572,294
Пассивтердің барлығы	3 892 796	5 539 764	7 257 820	4 755 595,6	9 786 936,7	5 921 288,5	3 305 626,871	3 385 254,205	2 647 441,546
Ескертпе – [116], [117], [118] негізінде автормен құрастырылды									

ҚОСЫМША Д

Регрессиялық талдау хаттамасы

ВЫВОД ИТОГОВ								
<i>Регрессионная статистика</i>								
Множественный R	0,863							
R-квадрат	0,746							
Нормированный R-квадрат	0,637							
Стандартная ошибка	1,877							
Наблюдения	11							
<i>Дисперсионный анализ</i>								
	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Значимость F</i>			
Регрессия	3	72,323	24,108	6,839	0,017			
Остаток	7	24,674	3,525					
Итого	10	96,996						
	<i>Коэффициенты</i>	<i>Стандартная ошибка</i>	<i>t-статистика</i>	<i>P-Значение</i>	<i>Нижние 95%</i>	<i>Верхние 95%</i>	<i>Нижние 95,0%</i>	<i>Верхние 95,0%</i>
Y-пересечение	11,202	2,807	3,991	0,005	4,566	17,839	4,566	17,839
Переменная X 1	0,949	0,392	2,420	0,046	0,022	1,877	0,022	1,877
Переменная X 2	-0,503	0,240	-2,092	0,075	-1,071	0,066	-1,071	0,066
Переменная X 3	-0,039	0,031	-1,247	0,252	-0,113	0,035	-0,113	0,035
ВЫВОД ОСТАТКА								
<i>Наблюдение</i>	<i>Предсказанное Y</i>	<i>Остатки</i>	<i>Стандартные остатки</i>					
1	4,962	-1,262	-0,804					
2	8,337	0,063	0,040					
3	10,387	-0,287	-0,183					
4	9,789	3,511	2,235					
5	9,877	-0,277	-0,176					
6	9,584	0,316	0,201					
7	11,446	-1,546	-0,984					
8	9,391	-1,891	-1,204					
9	4,249	-0,949	-0,604					
10	3,820	0,480	0,306					
11	6,357	1,843	1,173					

ҚОСЫМША Е

«AZALA Cotton» ЖШС
Қазақстан Республикасы Оңтүстік
Қазақстан облысы
160800, Шымкент қаласы Еңбекші
ауданы, Жұлдыз
тұрғын үйі алабы, 336 ғимарат
тел: 8 (725) 2770 - 972



«AZALA Cotton» LLP
Republic of Kazakhstan
South Kazakhstan region
160800, Shymkent,
Enbekshi district,
Zhuldyz res. area, build. 336
tel: 8 (725) 2770 - 972

16.08.2021 ж.

Г.А. Пазировтың «6D051700-Инновациялық менеджмент» мамандығы бойынша философия докторы (PhD) дәрежесін алу үшін дайындалған «Тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқару» тақырыбындағы диссертациялық жұмысы нәтижелерін қолдану жөніндегі

Енгізу актісі

Қазіргі уақытта тоқыма өнеркәсібі кәсіпорындарының бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз етуде олардың инновациялық белсенділігін тиімді басқару маңызды болып табылады. Г.А. Пазиров өзінің диссертациялық зерттеу жұмысында отандық тоқыма кәсіпорындарының ағымдағы жағдайына талдау жасай отырып олардың инновациялық белсенділігін арттыру әдістері мен оны басқаруды жетілдіру жолдарын ұсынған.

Аталған жұмыста жасалған ұсыныстар «Azala Cotton» ЖШС-ның инновациялық қызметін ұйымдастыруда және инновациялық белсенділігін басқаруда пайдалануға енгізілді. Г.А. Пазировтың ұсынған инновациялық белсенділік көрсеткіштері тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін басқаруда инновацияның әрбір түрі, яғни өнімдік инновация, процесстік инновация, маркетингтік инновация және ұйымдастыру инновациялары бойынша жұмыс жасап, нақты нәтижелерге қол жеткізуге мүмкіндік береді.

Сонымен қатар корреляциялық - регрессиялық талдаулар нәтижесінде көптеген факторлардың ішінен отандық тоқыма кәсіпорындарының инновациялық белсенділігімен тығыз байланысты негізгі факторлар және олардың әсері анықталған. Алдағы уақытта кәсіпорын қызметінде бұл факторлар үнемі назарға алынатын болады.

Жалпы, Г.А. Пазировтың диссертациялық зерттеу жұмысының нәтижелері тек тоқыма кәсіпорындарында ғана емес, басқа да өнеркәсіп кәсіпорындарының инновациялық белсенділігін анықтауда және олардың инновациялық белсенділігін басқару бойынша нақты шешімдер қабылдауда маңызды болып табылады.

«AZALA Cotton» ЖШС
/Директоры



Оңланбеков Д.М.