

I. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

ЭКОНОМИКА

УДК: 338(575.2)
DOI: 10.35254/bhu/2022.59.3

Кыдырбаева И.А.,
К. Карасаев атындагы БМУ,
аспирант

КЛАСТЕРДИ ТУЗУУНУН ПОТЕНЦИАЛЫН ТАЛДОО

Кыскача мазмуну

Бул макалада кластер концепциясы жана кластердик ыкманын артыкчылыктары чагылдырылат, ошондой эле региондук экономиканын атаандаштыкка жөндөмдүүлүгүн жогорулатуу максатында, учурдагы потенциалдарды максималдуу пайдаланууга мүмкүндүк берүүчү региондук экономиканын натыйжалуу моделин аныктоо зарыл. Кластердик саясат мамлекеттик жана региондук экономикалык саясатты ишке ашыруунун кеңири таралган механиздеринин бири болуп саналат.

Кластердик саясатты ишке ашыруунун негизги максаты - региондордо экономикалык кластерлерди түзгөн ишканалардын, жабдууларды, комплекттөөчү тетиктерди берүүчүлөрдүн, адистештирилген өндүрүштүн жана кызмат көрсөтүүлөрдүн, илимий жана билим берүү уюмдарынын атаандаштыкка жөндөмдүүлүгүн жогорулатуу аркылуу экономикалык өсүштүн жогорку темптерин жана экономиканы диверсификациялоону камсыз кылуу.

Ошондой эле, бул макалада регионалдык кластердик саясаттын негизги багыттары бөлүнүп көрсөтүлүп берилди.

Түйүндүү сөздөр: кластердик концепция, ишканалардын атаандаштыкка жөндөмдүүлүгү, региондук экономика, кластердик саясат, технологиялык процесс, инновацияларды илгерилетүү, кластердик мамиле, нарктын жогорку үлүшү, аймактык кластер, интеграция.

АНАЛИЗ ПОТЕНЦИАЛА ФОРМИРОВАНИЯ КЛАСТЕРОВ

Аннотация

В данной статье освещается концепция кластера и преимущества кластерного подхода, а также в целях повышения конкурентоспособности экономики регионов необходимо определить эффективную модель региональной экономики, позволяющей максимально использовать существующий потенциал. К одним из наиболее распространенных механизмов реализации государственной и региональной экономической политики относится кластерная политика. Основной целью реализации кластерной политики является обеспечение высоких темпов экономического роста и диверсификации экономики за счет повышения конкурентоспособности предприятий, поставщиков оборудования, комплектующих, специализированных производственных и сервисных услуг, научно-исследовательских и образовательных организаций, образующих экономические кластеры в регионах.

В данной статье также выделены основные направления региональной кластерной политики.

Ключевые слова: концепция кластера, конкурентоспособность предприятий, региональной экономики, кластерная политика, технологический процесс, продвижение инноваций, кластерный подход, высокая доля стоимости, региональный кластер, интеграция.

CLUSTER FORMATION POTENTIAL ANALYSIS

Abstract

This article highlights the concept of the cluster and the advantages of the cluster approach, as well as in order to increase the competitiveness of the regional economy, it is necessary to determine an effective model of the regional economy that allows the maximum use of the existing potential. Cluster policy is one of the most common mechanisms for the implementation of state and regional economic policy.

The main goal of implementing the cluster policy is to ensure high rates of economic growth and diversification of the economy by increasing the competitiveness of enterprises, suppliers of equipment, components, specialized production and services, research and educational organizations that form economic clusters in the regions.

This article also highlights the main directions of regional cluster policy.

Key words: Cluster concept, competitiveness of enterprises, regional economy, cluster policy, technological process, promotion of innovations, cluster approach, high cost share, regional cluster, integration.

Кластер – (М. Портердин аныктамасы боюнча) – булар өз ара байланышкан ишканалардын (мисалы, агенттиктердин жана соода бирикмелеринин стандарттарын аныктоочу университеттер), продукциянын белгилүү бир түрүн берүүгө адистешкен компаниялардын, кызмат көрсөтүүчү уюмдардын, тектеш тармактарда иштеген ишканалардын жана алар менен байланышкан, атаандашкан, бирок белгилүү тармактарда бири-бири менен кызматташкан мекемелердин географиялык концентрациялары. Кластердик мамиле кластерлерди түзүү аркылуу аймактарды өнүктүрүүнүн натыйжалуу багыты болуп саналат [1].

Экономикалык кластерлердин пайда болушун стимулдаштыруу региондорду өнүктүрүү саясатынын артыкчылыктуу багыты болууга тийиш.

Аймактык өндүрүштүк кластерлер кичи жана орто бизнести интеграциялоонун жана колдоонун формасы болуп калышы керек. Чакан жана орто бизнести өнүктүрүүгө салттуу макроэкономикалык жана тармактык мамилелер аймактык өндүрүштүк кластерлерди түзүү менен чагылдырылган региондук кластер менен толукталышы зарыл.

Регионалдык кластердик саясаттын негизги багыттары болуп төмөнкүлөр саналат:

- аймактык деңгээлде экономикалык кластерлерди аныктоо жана мониторинг жүргүзүү, анын ичинде кластердин түзүмүн аныктоо, анын айрым звенолорун аймактык локалдаштыруу;

- аймактык кластерлердин потенциалдуу катышуучулары үчүн коммуникация аянтчаларын түзүү, анын ичинде аларды региондук өнүктүрүү стратегияларын иштеп чыгуу жана талкуулоо процессине интеграциялоо аркылуу;

- кластердин мүчөлөрүн консолидациялоого көмөктөшүү (анын ичинде ассоциативдик формалар аркылуу), кластердик ишканалардын тышкы рынокторго чыгышына көмөк көрсөтүү боюнча программаларды ишке ашыруу;

- аймактарда маалыматтык-коммуникациялык инфраструктураны өнүктүрүү;

Аймактардын экономикасынын атаандаштыкка жөндөмдүүлүгүн жогорулатуу максатында потенциалды максималдуу пайдаланууга

мүмкүндүк берүүчү региондук экономиканын натыйжалуу моделин аныктоо зарыл.

Кластердик саясат мамлекеттик жана региондук экономикалык саясатты ишке ашыруунун кеңири таралган механизмдеринин бири болуп саналат [2].

Экономикалык кластерлердин пайда болушун стимулдаштыруу региондорду өнүктүрүү саясатынын артыкчылыктуу багыты болууга тийиш.

Кластердик саясатты ишке ашыруунун негизги максаты - региондордо экономикалык кластерлерди түзгөн ишканалардын, жабдууларды, комплектөөчү тетиктерди берүүчүлөрдүн, адистештирилген өндүрүштүн жана кызмат көрсөтүүлөрдүн, илимий жана билим берүү уюмдарынын атаандаштыкка жөндөмдүүлүгүн жогорулатуу аркылуу экономикалык өсүштүн жогорку темптерин жана экономиканы диверсификациялоону камсыз кылуу.

Аймактык кластерлерди өнүктүрүү жеткирүүчүлөргө, квалификациялуу жумушчу күчкө, маалыматка, тейлөө жана билим берүү борборлоруна жетүүнү жеңилдетүү аркылуу жалпысынан эмгек өндүрүмдүүлүгүн

жана өндүрүштүн натыйжалуулугун жогорулатат. Ошол эле учурда кластерлердин болушу инновациялардын илгериленишин стимулдайт, анткени компаниялар технологиялык процессти жакшыртуу боюнча эң алдыңкы маалыматка ээ болушат. Кластерлерде жаңы фирмаларды уюштурууга, өнөр жайдын жана товарлардын жаңы түрлөрүн чыгарууга ыңгайлуу шарттар түзүлөт.

Аймактык кластерлерди өнүктүрүү жеткирүүчүлөргө, квалификациялуу жумушчу күчкө, маалыматка, тейлөө жана билим берүү борборлоруна жетүүнү жеңилдетүү аркылуу жалпысынан эмгек өндүрүмдүүлүгүн жана өндүрүштүн натыйжалуулугун жогорулатат.

Ошол эле учурда кластерлердин болушу инновациялардын илгериленишине өбөлгө түзөт, анткени компаниялар технологиялык процессти жакшыртуу боюнча эң алдыңкы маалыматка ээ болушат. Кластерлерде жаңы фирмаларды уюштурууга, өнөр жайдын жана товарлардын жаңы түрлөрүн чыгарууга жеңилдетилген шарттар түзүлөт [3].

Кластерлер чакан жана орто ишкердикти өнүктүрүү үчүн жагымдуу чөйрөнү түзөт, анткени ири компаниялар өздөрүнүн технологияларына ыңгайлаштырылган көп сандагы тектеш тармактарга муктаж, бул чакан фирмалар үчүн кеңири рынокту түзөт.

Жалпысынан региондук мүмкүнчүлүктөрдү изилдөө продукциянын артыкчылыктуу рынокторун аныктоого мүмкүндүк берет, алар региондун дүйнөлүк экономикалык мамилелер системасына максималдуу киришин камсыз кылууга жана нарктын жогорку үлүшү бар продукциянын экспортун көбөйтүүгө көмөктөшүүгө тийиш. Биринчи этапта региондо уюшулушу мүмкүн болгон бардык кластерлерге максималдуу аймактык колдоону уюштуруу мүмкүн болбогондуктан, кластерлерди так аныктоо зарыл, аларды түзүү артыкчылыктуу болуп саналат жана аларды өнүктүрүүгө ар тараптан көмөктөшөт [4].

Региондук экономиканын тармактык түзүмүн изилдөө төмөнкү кластерлерди өнүктүрүү үчүн өбөлгөлөрдүн бар экендигин көрсөтөт:

- билим берүү (Бишкек жана Ош шаарлары);
- курулуш (Чүй, Ош облустары);
- туристтик (Ысык-Көл облусу);
- нефтехимиялык (Жалал-Абад облусу);
- агроөнөр жай (айрым райондорду жана шаарларды кошпогондо, көпчүлүк аймактар);
- мал чарбачылыгы (Чүй, Нарын облустары);
- транспорт жана байланыш (Нарын, Ош, Ысык-Көл, Чүй облустары, Бишкек шаары);
- медициналык жана фармацевтика (Бишкек ш.).

Республиканын региондорунда кластердик саясат конкреттүү продукцияга, аны өндүрүүдөгү кырдаалга, анын региондук рыноктун түзүмүндөгү ордуна жана региондун экспорттук жеткирүүлөрүнө, эмгектин эл аралык бөлүнүш шарттарын эске алуу менен аны өндүрүүнүн келечегине жараша иштелип чыгышы керек [5].

Региондук кластерлер башкы ролду ойногон экономика атаандаштыкка жана баарынан маанилүүсү инвестиция үчүн жагымдуу болуусу зарыл. Аймактык кластер региондун өнүгүүсүнө түрткү берүүчү курал катары чоң мааниге ээ [6].

Корутунду

Жалпысынан алганда, дүйнөлүк практика көрсөт-

көндөй, өлкөдө кластерлер канчалык өнүксө, калктын жашоо деңгээли жана бул өлкөдөгү ишканалардын атаандаштыкка жөндөмдүүлүгү ошончолук жогору болот.

Ошондуктан, жергиликтүү кластерлерди түзүү Кыргызстанда чакан бизнести өнүктүрүүгө чоң түрткү берет, анын ички жана тышкы рыноктордогу атаандаштыкка жөндөмдүүлүгүн олуттуу жогорулатат, аймактын кирешелүүлүгүн жогорулатат, калкты иш менен камсыз кылуу көйгөйлөрүн чечет.

Кыргызстанда жергиликтүү кластерлерди түзүү маселелери, алардын багыттары тууралуу дагы изилдөө иштерибиз улантыла берет.

Адабияттар

1. Портер, Майкл Э. Конкуренция : Пер. с англ.: Учебное пособие.-М:Изд.дом "Вильямс", 2000, с.207.

2. Абдыров Т. Кластеры - сущность и понятие [Текст] / Т.Абдыров // Социальные и гуманитарные науки, Бишкек. - 2008. - №1-2. - с.56.

3. Марков Л. С. Экономические кластеры: понятия и характерные черты [Текст] / Л.С.Марков. - Новосибирск: Институт экономики и ООП СО РАН, 2005.-с.89.

4. Абдыров Т. История развития кластеров в экономике [Текст] / Т.Абдыров // Известия вузов. - 2009. - №7. - с. 96-98.

5. Анализ регулярного воздействия на социально-экономическое развитие Кыргызской Республики» [Электронный ресурс] // <http://www.geo.gov.kg>. -с.5.

6. Кыдырбаева И. А. "Чүй облусунун экономикалык потенциалын кластердик ыкманын негизинде өнүктүрүү жолдору" / Вестник БГУ 2021 . № 2-3 (56-57) с.14-17

УДК: 339.13

DOI: 10.35254/bhu/2022.59.5

Масеитова А. М.,

БГУ им. К. Карасаева

ЗАМАНБАП ТЕНДЕНЦИЯЛАРЫ ЖАНА САТУУ СИСТЕМАСЫНДАГЫ ЧАРБАЛЫК СУБЪЕКТИЛЕРДИН ӨЗ АРА АРАКЕТЕНУУСУНУН КӨЙГӨЙЛӨРҮ

Кыскача мазмуну

Сатуу - бул товарларды жана кызматтарды орто же акыркы керектөөчүлөргө жеткирүү жолдорун иштеп чыгуучу өндүрүштүк ишканалардын функционалдык чөйрөсү ошондой эле муктаждыктарын (талаптарын) канааттандыруу үчүн иш-чаралардын бардык түрлөрүн камтыган жана маркетингдин ажырагыс элементи болуп саналат. Макаланын жыйынтыгында П. Винкельмандын компанияны башкаруунун беи стратегиялык багытын аныкталган. Андан тышкары практикалык тажрыйбага жана изилдөө натыйжаларына негизделген, сатуу жана каналды башкаруу менен байланышкан беи негизги көйгөйлөрдү баса белгиленген. Маркетинг чөйрөсүндөгү белгилүү илимий жана практикалык жетишкендиктерге карабастан, маркетинг тутумун компания ичиндеги башкарууга да, бизнестин субъекттеринин ортосундагы өз ара аракеттенүүнү орнотууга да тиешелүү бир катар чечилбеген көйгөйлөр бар деп айтууга болот. Бул өзгөчө техникалык жактан татаал продукцияларды сатуучу ишканаларга тиешелүү. Мындай компаниялар сатуу каналын эмес, маркетинг тармагын түзөт.

Түйүндүү сөздөр: сатуу, продукт, өндүрүүчү, сатуу каналдары, жеткирүүчү, керектөөчү, маркетинг стратегиялары, бизнес өнөктөштөр, атаандаштык, дистрибьютор.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СУБЪЕКТОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СИСТЕМЕ ПРОДАЖ

Аннотация

В статье рассматриваются пять стратегических направлений ориентированного на рынок управления компанией от автора П. Винкельманн. Несмотря на известные научно-практические достижения в области маркетинга, можно сказать, что существует ряд нерешенных вопросов, связанных с управлением системой маркетинга внутри компании и налаживанием взаимодействия между хозяйствующими субъектами. Особенно это актуально для компаний, торгующих технически сложной продукцией. Такие компании создают маркетинговую сеть, а не канал продаж, разрабатывающую способы доставки товаров и услуг средним или конечным потребителям. Проблемы таких компаний является продажа технически сложных товаров, помимо товарных характеристик, компетентности персонала или коммерческих аспектов взаимодействия (ассортимент, цены, условия поставки), психологические коммуникации, такие как: доверие, готовность к сотрудничеству, готовность работать, вместе и идти на компромисс.