

## СЫРТҚЫ ОРТАНЫҢ БАСҚАРУҒА ӘСЕРІН БАҒАЛАУ

**\*ДАУРЕНБЕКОВА А.Н.<sup>1</sup>**

экономика ғылымдарының докторы, профессоры

<sup>1</sup>«Тұран» университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

**ТЕКЕНОВА А.У.<sup>2</sup>**

Phd докторанты

<sup>2</sup>«Нархоз» университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

**АНДАТПА.** Мақалада өзгерістерге негізделген және ішкі және сыртқы орта факторларының әсерін ескере отырып, даму стратегиясын қалыптастыру және басқарудың экономикалық тиімділігін арттыру бойынша ғылыми негізделген ұсыныстар берілген.

Зерттеудің мақсаты – қазақстандық компаниялардың әртүрлі нарықтық жағдайларға бейімделуін зерттеу. Жұмыста ақпаратты жинау, талдау және зерделеу, жүйелі тәсілді қолдану сияқты әдістемелік тәсілдер қолданылды.

**ТҮЙІН СӨЗДЕР:** басқару, ішкі орта, сыртқы орта, факторлар, ұсыныстар.

## ASSESSMENT OF THE INFLUENCE OF THE EXTERNAL ENVIRONMENT ON MANAGEMENT

**\*DAURENBEKOVA A.N.<sup>1</sup>**

Doctor of Economic Sciences, Professor

<sup>1</sup>Turan University, Almaty, Republic of Kazakhstan

**TEKENOVA A.U.<sup>2</sup>**

Doctoral student

<sup>2</sup>Narkhoz University, Almaty, Republic of Kazakhstan

**ABSTRACT.** The article provides scientifically based recommendations for forming a development strategy and increasing the economic efficiency of management, based on changes and taking into account the influence of internal and external environmental factors.

The purpose of the study is to study the adaptation of Kazakh companies in various market conditions. The work used such methodological approaches as collecting, analyzing and studying information, and using a systematic approach.

**KEYWORDS:** management, internal environment, external environment, factors, recommendations.

# ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ НА УПРАВЛЕНИЕ

**\*ДАУРЕНБЕКОВА А.Н.<sup>1</sup>**

доктор экономических наук, профессор

<sup>1</sup>Университет "Туран", г. Алматы, Республика Казахстан

**ТЕКЕНОВА А.У.<sup>2</sup>**

Phd докторант

<sup>2</sup>Университет «Нархоз», г. Алматы, Республика Казахстан

**АННОТАЦИЯ.** В статье даны научно-обоснованные рекомендации по формированию стратегии развития и повышения экономической эффективности управления, исходя из изменений и учета влияния факторов внутренней и внешней среды.

Целью исследования является изучение адаптации казахстанских компаний в различных рыночных условиях. В работе использованы такие методические подходы, как сбор, анализ и изучение информации, применение системного подхода.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** управление, внутренняя среда, внешняя среда, факторы, рекомендации.

**КІРІСПЕ.** Кәсіпорынның сыртқы ортадағы өзгерістерге бейімделу қабілетіне кәсіпорынның қалай ұйымдастырылғандығы, басқару құрылымының қалай құрылғандығы әсер етеді. Жаһандану үдерістері, нарықтарда бәсекелестіктің күшеюі, сырт мемлекеттерден келетін инновациялық жаңалықтар кәсіпорындарға сыртқы ортадан болатын қысымды күшейте түседі. Соңғы жылдары тауар немесе қызмет түрлеріне тұтынушылардың сапаға қоятын талаптары да күшейіп отыр. Мұның бәрі кәсіпорындардың басқару жүйесін жетілдіруді талап етеді.

Кәсіпорынның нарықтық экономикадағы алатын орнын, оның қызметін басқарудың маңызды тұстарын анықтау, кәсіпорын қызметіне әсер ететін ішкі және сыртқы факторларды анықтап, негізге алынған компанияның қызметінің басқарылуын, сыртқы ортасын талдау және кәсіпорынның даму стратегиясын анықтауда оның әсерін ескеру мүмкіндігін айқындау, сыртқы ортаның кәсіпорынның қызметіне әсерін төмендету жолдарын ұсыну, компанияның шаруашылық қызметінің экономикалық тиімділі-

гін көбейту тәсілдерін, даму жолдарын қалыптастыру мәселелері тақырыптың өзекті екенін білдіреді.

## **ЗЕРТТЕУ МАТЕРИАЛДАРЫ МЕН ӘДІСТЕРІ.**

Қазақстан экономикасының қазіргі нақты жағдайлары өнеркәсіптік кәсіпорынды басқару жүйесін ішкі және сыртқы ортаның өзгеріп отырған жағдайларымен өзара тығыз байланыста құруға, өзгерістер мен даму үрдістерін уақтылы анықтауға, сондай-ақ оларға дер кезінде мән беруге мәжбүр етеді. Тұрақсыз сыртқы орта жағдайында өнеркәсіптік кәсіпорынды басқару жүйесінің жұмыс істеу ерекшеліктерін зерттеу қажеттілігі туындауда.

Кәсіпорынның сыртқы ортасы - бұл кәсіпорынның өндірістік және қаржылық-шаруашылық қызметіне тікелей әсер ететін факторлар кешені: экономикалық, әлеуметтік және табиғи жағдайлардың, шаруашылық жүргізуші субъектілердің, ұлттық және халықаралық институционалдық құрылымдардың және компания айналасында қызмет ететін және оның жұмысының әртүрлі сфераларына әсер ететін басқа да сыртқы

орта жағдайлары мен факторлардың жиынтығы [1].

Жаһандану үрдістері, нарықтағы өзгерістер, инновациялық жаңалықтарды енгізу, тауар немесе тұтынушылардың сапаға қойылатын талаптардың күшеюі, тауарларға жаңа талаптардың пайда болуы және т.б. компанияларға сыртқы ортадан болатын қысымды күшейте түседі. Кәсіпорынды басқару жүйесі де күрделі болып жатыр. Сыртқы орта шеңбері біршама кеңеюде, ал өзгерістердің болжамдылығы керісінше азаю үстінде [2].

Сыртқы ортаның сипаттамалары келесідей:

- Қоршаған орта факторларының өзара байланысы дегеніміз белгілі бір фактордың өзгерісі одан басқа факторларға әсерін білдіретін күш деңгейі.
- Сыртқы ортаның күрделілігі – бұл ұйым жауап беруге міндетті факторлардың саны, сондай-ақ олардың әрқайсысының өзгергіштік деңгейі.
- Сыртқы ортаның қозғалғыштығы – ұйымның қоршаған ортасындағы өзгерістердің жылдамдығы.

Экономикалық категория ретінде сыртқы ортаның келесідей анықтамасын беруге болады: сыртқы орта-бұл ұйым басқара алмайтын, бірақ оған тікелей немесе жанама түрде әсер ететін орта.

Макроорта кең ауқымды экономикалық, саяси, демографиялық, әлеуметтік және технологиялық үрдістер мен кәсіпорынға әсер етуі мүмкін оқиғаларды қамтиды. Макроортаның кейбір факторларына жаһандық экономикадағы өзгерістер, заңнамадағы өзгерістер, саяси процестер, әлеуметтік тенденциялар және технологиялық инновациялар жатады.

Микроорта, керісінше, кәсіпорынның тұтынушылармен, бәсекелестермен және жеткізушілермен нақты қарым-қатынасына әсер ететін шарттарды білдіреді. Бұған саладағы басқа компаниялармен іскерлік қарым-қатынастар, нарықтық бәсекелестік, сондай-ақ жеке тұтынушылар, олардың қажеттіліктері мен құндылық күтулері кіреді.

Сонымен қатар, кәсіпорынға тікелей әсер етуші факторларға тұтынушылар, бәсекелестер, мемлекеттік басқару органдары, жеткізушілер немесе жабдықтаушылар жататын болса, жанама әсер етуші факторға саяси, әлеуметтік, экономикалық, ғылыми-техникалық факторлар жатады.

Фирманың макроортасы – фирмаға оның микроортасы арқылы жанама әсер ететін және оның бақылауында емес жүйелер мен факторлар. Ол факторлардың келесі негізгі топтары қамтылады:

- саяси-құқықтық факторлар: мемлекеттің ішкі және сыртқы экономикалық саясаты; фирмалардың кәсіпкерлік қызметі туралы заңнама; саяси тұрақтылық және саяси күштер мен қоғамдық қозғалыстардың сәйкес келуі. Кәсіпкерлікке әсер ететін саяси факторларға барлық заңнамалық актілер, Президент жарлықтары, кәсіпкерлік қызметті реттейтін мемлекеттік бұйрықтар, сондай-ақ жергілікті билік органдарының осыған ұқсас бұйрықтары кіруі керек. Кәсіпкерлер қателік жібермеу үшін заңнамалық базаның қалыптасуы мен дамуын жіті қадағалауы керек.

Кәсіпорын басшылығында үкіметтің саясат және экономика саласында қандай мемлекеттік бағдарламаларды жүзеге асыруды көздеп отырғаны, бұл бағдарламалар белгілі бір компанияның мүдделеріне қаншалықты әсер етуі мүмкін екендігі, үкіметтің экономиканың әртүрлі салаларына және ел аймақтарына қатынасы қандай, заңнамалық және нормативтік-техникалық базада қандай өзгерістер болуы мүмкін және т.б. қандай лоббистік әрекеттер болатыны туралы түсінік болуы үшін саяси факторларды зерттеу керек [3].

- экономикалық факторлар: экономикалық даму қарқыны, инфляция, жұмыссыздық, қоғамдағы табыстардың бөлінуі, халықтың сатып алу қабілеті, несие саясаты.

- әлеуметтік факторлар, олар екі топқа бөлінеді:

а) демографиялық – халықтың саны, тығыздығы және жас-жыныстық құрылымы және осы сипаттамалардағы тенденциялар; көші-қон және қала мен ауыл халқының арақаты-

**Кесте 1- Сыртқы орта факторлар жіктемесі**

<b>Саяси-әкімшілік факторлар:</b>	<b>Экономикалық факторлар:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• заңнамадағы болашақ өзгерістер</li> <li>• Еуропалық/еуразиялық/халықаралық заңнама</li> <li>• реттеуші органдар мен ережелер</li> <li>• мемлекеттік саясат, оның өзгеруі</li> <li>• бәсекелестікті мемлекеттік реттеу</li> <li>• сауда саясаты</li> <li>• мемлекеттің әртүрлі ұлттан жоғары құрылымдарға кіруі (мысалы, ДСҰ)</li> <li>• кәсіпкерлік субъектілерінің қызметіне мемлекеттік бақылауды және айыппұлдарды күшейту</li> <li>• биліктің барлық деңгейлеріндегі сайлау</li> <li>• қаржыландыру, гранттар мен бастамалар</li> <li>• лоббистік топтар / нарықтық қысым</li> <li>• халықаралық қысым топтары</li> <li>• экологиялық мәселелер</li> <li>• саладағы үкіметтің басқа ықпалы</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• экономикалық жағдай мен тенденциялар</li> <li>• қайта қаржыландыру ставкасының динамикасы</li> <li>• инфляция деңгейі</li> <li>• саладағы инвестициялық ахуал</li> <li>• сыртқы экономикалық жүйелер мен тенденциялар</li> <li>• салық салудың жалпы және жеке мәселелері</li> <li>• маусымдық/ауа райының әсері</li> <li>• нарық және сауда циклдері</li> <li>• төлем қабілетті сұраныс</li> <li>• өндірістің ерекшеліктері</li> <li>• жеткізу тізбегі және тарату</li> <li>• соңғы пайдаланушының қажеттіліктері</li> <li>• валюта бағамдары</li> <li>• негізгі сыртқы шығындар</li> </ul>

<b>Әлеуметтік факторлар:</b>	<b>Технологиялық факторлар:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• әлеуметтік факторларға әсер ететін заңнамалық өзгерістер</li> <li>• кірістер мен шығыстардың құрылымы</li> <li>• негізгі құндылықтардың өзгеруі</li> <li>• өмір салты тенденциялары</li> <li>• бренд, компанияның беделі, қолданылатын технология имиджі</li> <li>• тұтынушылардың мінез-құлық үлгілері</li> <li>• сән және үлгілер</li> <li>• әсер етудің негізгі оқиғалары мен факторлары</li> <li>• тұтынушылардың пікірлері мен көзқарастары</li> <li>• тұтынушылардың қалауы</li> <li>• БАҚ ықпалы</li> <li>• тұтынушылардың байланыс нүктелері</li> <li>• этникалық/діни факторлар</li> <li>• жарнама және қоғаммен байланыс</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• бәсекеге қабілетті технологияларды дамыту</li> <li>• ғылыми зерттеулерді қаржыландыру</li> <li>• байланысты / тәуелді технологиялар</li> <li>• ауыстыру технологиялары/шешімдер</li> <li>• технологияның жетілуі</li> <li>• жаңа технологияларды өзгерту және бейімдеу</li> <li>• өндірістік қуаттылық, деңгей</li> <li>• ақпарат және коммуникация, интернеттің әсері</li> <li>• технологияны сатып алатын тұтынушылар</li> <li>• технологиялық заңнама</li> <li>• инновация әлеуеті</li> <li>• технологияға, лицензияға, патенттерге қол жеткізу</li> <li>• зияткерлік меншік мәселелері</li> </ul>

Ескерту – [3] әдебиет негізінде автормен құрастырылған.

насының өзгеруі; отбасының мөлшері мен құрылымының, неке және ажырасу санының өзгеруі;

б) мәдени – қоғамда қабылданған көзқарастар, өмірлік құндылықтар мен дәстүрлер жүйесі; әлеуметтік таптар және олардың си-

паттамалары; ұлттық, нәсілдік, діни және аймақтық негізде қалыптасқан мәдениет пен субмәдениеттер.

Еліміздегі экономиканың дамуына айтарлықтай әсер ететін әлеуметтік фактордың мысалы ретінде адамдардың жеке кәсіпкер-

лікке деген көзқарасын атауға болады. Жүргізілген зерттеулер мұны көрсетеді: халықтың жеке кәсіпкерлікті дамытуға деген полярлық көзқарасы бар, бұл тежеу факторы болып табылады.

- технологиялық (ғылыми-техникалық) факторлар: ғылыми-техникалық прогрестің деңгейі мен қарқыны; ғылым мен ғылыми зерттеулерді мемлекеттік қолдау және қаржыландыру деңгейі; тауарларға, өндіріс құралдарына және технологияларға инновацияларды енгізу дәрежесі; әртүрлі салалардың өнімдері мен технологиялық процестерінің ғылыми сыйымдылығы; персоналдың біліктілігі.

Сыртқы ортаның осы саласын талдау ғылым мен техниканың дамуы кәсіпорынға ашатын мүмкіндіктер мен қауіптерді дер кезінде анықтауға мүмкіндік береді. 1970 жылдары американдық ғалым Элвин Тоффлер арнайы терминді енгізді – «болашақ шок», ол қысқа уақыт ішінде тым көп өзгерістердің әсерінен фирмаларда болатын деструктивті процесті білдіреді. Кәсіпорындар өздерінің стратегиялық жоспарлауының бір бөлігі ретінде технологиялық ортадағы қандай факторлар оны жоюға әкелуі мүмкін «болашақ күйзеліс» тудыруы мүмкін екенін анықтауы керек. Мысал ретінде полиэтилен-

ді енгізу және мұнай бағасының тұрақтануы салдарынан қағаз қаптар өнеркәсібінің бұзылуын келтіруге болады[3].

Макроортаның маңызды сипаттамасы оның факторлары арасында маңызды байланыстардың болуы, сондықтан олардың біреуінің өзгеруі басқаларының өзгеруіне әкеледі. Осылайша, әлеуметтік жағдайлардың өзгеруі жаңа саяси шешімдерге әкеледі, бұл өз кезегінде фирманың экономикалық жағдайларының өзгеруін тудырады. Бұл оларды бөлек емес, жүйелі, кешенді түрде талдауды қажет етеді.

Келесі кестеде 1 кәсіпорынға әсер етуші сыртқы орта факторлары 4 топ бойынша: саяси-әкімшілік факторлар, экономикалық факторлар, әлеуметтік факторлар, технологиялық факторлар жіктелісі берілген.

Микроорта-бұл компанияның ең жақын ортасы (жеткізушілер, тұтынушылар, бәсекелестер), ол тікелей әсер ететін орта. Кәсіпорын өзі микроортамен өзара әрекеттесудің мазмұны мен сипатына айтарлықтай әсер етуі мүмкін. Кәсіпорынның сыртқы ортасын талдаудың көптеген әдістері бар, олардың кең қолданылатындары SWOT-талдау әдісі, PEST-талдау, әр факторды өлшеу әдісі және т.б. Құрылыс нарығында әрекет ететін кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін талда-

## Кесте 2 - «Bazis Construction» ЖШС кәсіпорнының сатылым көлемі және оның Қазақстан Республикасындағы құрылыс саласында өндірілген жұмыс көлеміндегі үлес салмағы динамикасы

Көрсеткіштер	2018	2019	2020	2021	2022	2023
1	2	3	4	5	6	7
1. Құрылыс саласында өндірілген жұмыс көлемі, млн тг	3 258 031	3 509 296	3 862 995	4 417 666	4 920 056	5 530 783
2. «Bazis Construction» сатылым көлемі, млн тг	168 034	76 759	26 080	62 316	195 630	103459
3. Динамикасы	218,9	45,7	33,9	238,9	313,9	52,8
4. «Bazis Construction» компаниясының құрылыстағы үлесі, %	6,75	3,06	1,21	2,07	5,88	1,87
5. Динамикасы, %	127,11	45,33	39,54	171,07	284,05	31,80
Ескерту – [5] кәсіпорын мәліметтері негізінде автормен құрастырылған.						

уда PEST-талдауды қолдану арқылы сыртқы және ішкі ортаның әр түрлі аспектілерінің өзара іс-әрекет жасауын ескеруге және кәсіпорындардың дамуының оңтайлы стратегиясын таңдауға көмектесетін ең қарапайым әрі қол жетімді әдістер пайдаланылады.

### **НӘТИЖЕЛЕР ЖӘНЕ ОЛАРДЫ ТАЛҚЫЛАУ.**

Зерттеу объектісі ретінде құрылыс саласы алынды. Соңғы жылдары құрылыс саласы үлкен әлеуметтік мәселелерді шешетін, экономикалық өсуге ықпал ететін экономиканың белсенді дамып келе жатқан салалардың бірі болып табылады. Бұл сала инвестиция тартуда да тартымды болып келеді.

Құрылыс саласында өндірілген жұмыстар көлемі 2016 жылдан бері артып келеді: мысалы, 2016 жылы -12,5 %-ға артқан, 2017 жылы өзгеріс динамикасы -7,7%-ға, 2018 жылы -10,2%-ға, 2019-да -14,3%-ға, 2020 жылы -11,2%-ға, 2021 жылы -12,4%-ға, 2023 жылы -10,5%-ға артқан. ЖІӨ-дегі құрылыс саласының үлесі 2021 жылы - 6,9% құраса, ал 2023 жылдың соңында - 10,3% болды[4].

Құрылыс нарығындағы жиі кездесетін проблемалар мен қиындықтар Қазақстан экономикасына кері әсерін тигізетіні сөзсіз. Зерттеу нәтижелерінен оларды жинақтап былай топтастырдық:

- жаңа техника мен технологиялардың жеткіліксіздігі;
- білікті мамандардың жеткіліксіздігі;
- еңбек ақының төмендігі;
- Қазақстанда жасалған құрылыс материалдарының сапасы төмен, бағасы бәсекеге қабілетті емес болуы;
- дұрыс рәсімделмеген жобалық-сметалық құжаттамаға тапсырыс беруші жауапкершілікті мойнына алмауы;
- тапсырыс беруші мен жеткізушінің ортақ жауапкершілігінің төмендігі;
- құрылыс машиналары, жабдықтар, материалдардың импортқа тәуелділігі және көптеген проблемалар құрылыс саласында қиындықтар туындатып отыр.

2-кестеде берілген көрсеткіштердің өзгерісіін талдайтын болсақ, «Bazis Construction» кәсіпорнының Қазақстан Республикасын-

дағы құрылыс саласында өндірілген жұмыс көлеміндегі үлесі соңғы 6 жыл, яғни 2018-2023 жылдар арасында біраз өзгерістерге ұшыраған болатын, дәлірек айтсақ ол кей жылдары артқан, кей жылдары айтарлықтай түрде төмендеген.

Осы жылдарда кәсіпорын көп мөлшерде тапсырыстар алып, Қазақстан нарығында белсенділік танытты. Ең басты жобаларының бірі – Нұр-сұлтандағы Тәуелсіздік монументінің құрылысы, оның барысында Апуан Альпісінде өндірілген шамамен 1500 шаршы метр Каррара мәрмәрі пайдаланылған болатын, осыдан-ақ жобаға көп қаржы құйылғанын байқауға болады. Одан бөлек компания тағы салған маңызды нысан - «Астана Балет» театры. 2017 жылы - 54,67% құлдырау болған, оның себебі 2017 жылы «Bazis Construction» компаниясы «BI Group» компаниясы салуды бастаған Санкт-Петербургтегі Promenade тұрғын үй кешенін сатып алды. Яғни компания бұл жылы Қазақстан емес, Ресей нарығына көбірек көңіл бөлген, жасасқан келісімшарттарының негізгісін сол елмен жасаған болатын. 2018 жылы да компания үлесі 60,46%-ға түсіп кеткен болатын, бұл жылы да кәсіпорын сыртқы нарықтағы үлесін арттыра бастайды, Ресейде көп құрылыс салады, осы жылы ол сондай-ақ Өзбекстанда жұмыс істей бастады. 2019 жылы компанияның еліміздегі нарықтағы үлесі қайтадан жоғарылай бастайды, 71,07%-ға өсім байқалады.

Оның негізгі себебі - Түркістан қаласында құрылыстың қарқынды бастама алуына байланысты, облыс орталығы болуына байланысты жаңа филиал ашылады, жаңадан көп мөлшердегі тапсырыстар алу жүреді. 2020 үлес 184,05%-ға жоғарылайды, карантинге қарамастан, компания құрылыс саласы сияқты қарқынды жұмысын жалғастырып, нарықтағы үлесін одан да жоғарылатады. Бұл көрсеткіш компания сыртқы орта әсерлеріне жақсы бейімделіп кете алуын, бәсекелестік қабілеттерін арттырғанын көрсетеді. Түркістан қаласындағы құрылыс нарығының жақсы бағытқа бет алуы да компания филиалының келісімшарттарға тұруын арттыруын

қамтамасыз етіп тұрды. 2021 жылы 68,2 %-ға құлдырау болған. Оның басты себебі – жыл басынан бастап құрылыс материалдары мен қызметтерінің қымбаттауымен қатар, электр энергиясы, дизель отыны, көлік тетіктері де қымбаттауы. Сондай-ақ, бұл жылғы құрылыс сапасына кадр тапшылығы мен құрылыс материалдары бар тауар жеткізілімдері тұрып қалып жатқан Қытаймен шекарасындағы шектеулер әсер еткен. [6]

Соңғы бес жыл ішінде «Bazis Construction» ЖШС кәсіпорнының Мемлекетпен жасасқан келісімшарттарының саны да, ауқымдылығы да өсіп отырғандығы бірден байқалады. Дәлірек айтар болсақ, кәсіпорын Мемлекетпен 2017 жылы жалпы сомасы 21 540 400 мың теңге болатын 2 келісімшарт жасасқан, ол дегеніміз алдыңғы кезеңдермен салыстырғанда 71,43%-ға төмен. 2018 жылы құны 10 153 766 452 болатын 3 келісімшарт жасалынған. 2019 жылы жалпы сомасы 118 460 571 мың теңге құрайтын 16 келісімшарт болған, бұл дегеніміз келісімшарттар саны бір жылда бес есе өсіп кеткен. 2020 жылы құны 79 170 590 мың теңгені құрайтын 22 келісім шарт жасалды, ол дегеніміз, алдыңғы жылға қарағанда, 37,5%-ға көбірек келісімшартқа тұрылған дегенді білдіреді. 2021 жылы «Bazis Construction» жалпы сомасы 186 454 765 698 теңге құрайтын әр келісімшартқа келісімшартқа қол қойды, оның ішінде 15 келісімшарт жылдың алғашқы үш айында-ақ жасалынып қойған еді [7]. 2022-2023 жылдары осы бағытта қарқынды жұмыс жасауда

Оңтүстік Қазақстан облысы Түркістан облысы болып қайта құрылуына байланысты облыстың жаңа орталығы Түркістан қаласы болып бекітілді. Облыс орталығы статусымен қатар, түркі елдерінің астанасы атанған қаланы әлеуметтік-экономикалық жағынан дамуына мемлекет тарапынан көп көңіл бөлініп, арнайы іс-шаралар реті іске асырыла бастады. Осы орайда қаланы өркейтіп, жандандыруға көптеген құрылыс нысандарын салу жоспарланған. «Bazis Construction» осы кездерде, дәлірек айтсақ, 2019 жылы Түркістан қаласынан өз филиалын ашқан бола-

тын. Сол уақыттан бері кәсіпорын Түркістан қаласында өз қызметін белсенді түрде жүргізіп, біраз құрылыс нысандарын салуды жүзеге асырды.

2019 - 2022 жылдары жалпы кәсіпорынның көрсеткіштері оң өзгеріс көрсеткен. Ол Түркістанның қарқынды даму жоспарымен байланысты десек болады. 2019 жылы сатылым көлемі 8 251 489 631 теңге болып, ал 2020 жылы 9 959 602 400 теңге болды, демек алдыңғы жылмен салыстырғанда 1 708 112 769 теңгеге артық сатылым жасаған. 2021 жылы сатылым көлемі тағы артып, 254 985 200 теңгеге артық сатылым көрсетеді. Бұл өсім 2020 жылға қарағанда азырақ, оның себебі карантиннен кейінгі қалпына келтіру шаралары. Таза пайда да сатылым көлемімен бірге өсіп келе жатыр: 2019 жылы 2 114 458,9 мың теңге болса, 2020 жылы 2 922 560, 6 мың теңге көрсеткішін көрсетеді, 2021 жылы 3 597 613,1 мың теңгеге жетеді. Кәсіпорындағы жұмыскерлер саны ашылған жылы 110 адам болса, 2020 жылы ол сан 22%-ға артып, 135-ке жетеді, 2021 жылы жалпы қызметкерлер саны 140-қа жетті. Кестеден сондай-ақ Негізгі өндірістік қордың орташа жылдық құнының оң динамикасын байқауға болады: 2020 жылы өзгеріс динамикасы 2,83 % құраса, 2021 жылы 5,3 % құраған болатын. Өндіріс көлемінің өсуі, оның көрсеткіштерінің жақсаруы, еңбек өнімділігінің артуы өндірісте қолданылатын машиналар мен құрал-жабдықтар саны мен сапасы бойынша анықталады. Яғни осы көрсеткішке қарап та, кәсіпорын қызметі жақсы жүріп келе жатыр деп айта аламыз [8].

Нарықтық экономика жағдайында кәсіпорын деңгейінде өндірістің тиімділігін арттыру бағыттарын, оған әсер ететін факторларды анықтау маңызды міндет болып табылады, бұл үшін кәсіпорын қызметіне сырттан әсер ететін факторларды жан-жақты кешенді талдау қажет.

Кәсіпорынның сыртқы ортасын жан-жақты кешенді талдау көмегімен кәсіпорынның даму үрдістері анықталады; қызмет нәтижесінің өзгеру факторлары терең және

жүйелі зерттеледі, басқарушылық шешімдер мен бизнес-жоспарлар негізделеді, олардың орындалуы бақыланады, өндіріс тиімділігін арттыру резервтері анықталады, кәсіпорын қызметінің нәтижесі бағаланады, оның дамуының экономикалық стратегиясы жасалынады.

Кәсіпорынның қызмет ететін сыртқы ортасын талдау нәтижелері кәсіпорынның нарықта тиімді қызмет етуін қамтамасыз ету үшін сыртқы ішкі ортаны ұтымды түрде реттеп отыру және оның кәсіпорынның ішкі құрылымымен үйлесімді байланысын қамтамасыз ету қажет. Шаруашылықпен айналысатын кез-келген субъектіге нарықта тұрақтану және бәсекеге қабілеттілікті сақтап қалу үшін осы ортаға бейімделу қажет болады.

**ҚОРЫТЫНДЫ.** Сыртқы ортаны талдау кәсіпорын басшылығына маңызды сыртқы ресурстар мен процестерді бақылау жүйесін құруға, тәуекелдерді азайтуға арналған шараларды жүзеге асыруға, бәсекелестер

мен жеткізушілердің де, тұтынушылардың сұранысына да әсер ету мүмкіндігін беретін маңызды құрал болып табылады. Кәсіпорынның сыртқы ортаға әсер ету мүмкіндігі төмен, бірақ ол оған тиімді бейімделе алады, ондағы өзгерістерді бақылайды, осы өзгерістерді болжайды және оларға уақтылы жауап береді. Кәсіпорындарда өндіріс тиімділігін арттыру үшін жеткізушілер мен жабдықтаушылар арасында тиімді экономикалық байланыс құру арқылы тасымалдау шығындарын азайту, тапсырыс берушілер мен тұтынушылар талаптарын ұтымды ұйымдастыру арқылы жүзеге асыруға болады. Кәсіпорындардың мүмкіншіліктерін және нарықтағы орнын анықтау үшін маркетингтік зерттеу және инновациялық өнім өндіруге қажетті шығындарды көбейтуге талпыныс жасап, экономикалық оң нәтижеге жету жолдарын басқару шараларын жан-жақты қарастырумен қатар, ұйымдастыру басты мақсат болуы керек.

### ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:

1. Темірбекова, А.Б. Экономикалық теория: оқу құралы / А. Б. Темірбекова. - Алматы : Экономика, 2008.
2. Кокарев, Д. В. Внешняя среда и конкурентоспособность предприятия / Д. В. Кокарев // Вестник ОГУ. – 2008. - № 81. – С. 58-63.
3. Экономическая стратегия фирмы: Учебное пособие / под ред. проф. А.П. Градова. — СПб.: Специальная литература, 2014. – 360 с.
4. Специальная экономическая зона Туркестанской Области [Электрондық ресурс]. - URL: <https://www.sez-turkistan.kz/> (кіру күні: 10.03.2024)
5. «Bazis Construction» ЖШС кәсіпорнының 2018-2023 жылдардағы мәліметтері [Электрондық ресурс]. - URL: <https://bazis.kz/activities/%D1%81onstruction> (кіру күні: 10.03.2024)
6. Что такое бенчмаркинг простыми словами, виды и этапы [Электрондық ресурс]. - URL: <https://reklamaplanet.ru/biznes/benchmarking> (кіру күні: 10.03.2024)
7. Тоқаев, Қ. Экономиканы тұрақтандыру жөніндегі одан арғы шаралар туралы Жарлыққа қол қойды [Электрондық ресурс]. - URL: <https://www.primeminister.kz/kz/news/k-tokaev-rodpisal-ukaz-o-dalneyshih-merah-po-stabilizacii-ekonomiki> (кіру күні: 10.03.2024)
8. Контрольная работа: Анализ маркетинговой среды предприятия [Электрондық ресурс]. - URL: <https://www.bestreferat.ru/referat-212571.html> (кіру күні: 10.03.2024)
9. Әмірбекұлы, Е. Педагогикалық кадрларды дайындау: жаңа білім беру шындығы / Е. Әмірбекұлы // Education. Quality Assurance. - 2023. - 3(32). - Б. 41-48.



## REFERENCES:

1. Temirbekova, A. B. (2008). Economic theory: textbook. Almaty: Economics.
2. Kokarev, D. V. (2008). Vneshnjaja sreda i konkurentosposobnost' predpriyatija [Entry medium and competitiveness of enterprises]. Vestnik OGU - Bulletin of OSU, 81, 58-63.
3. Gradov, A. P. (eds.) (2014). Economic strategy firm: educational post. SPB.: Special literature.
4. Special Economic Zone of the Turkestan region. <https://www.sez-turkistan.kz/>
5. Information of the Enterprise "Bazis Construction" LLP for 2018-2023. <https://bazis.kz/activities/%D1%81onstruction>
6. Chto takoe benchmarking prostymi slovami, vidy i jetapy [This kind of benchmarking with simple words, views and stages] <https://reklamaplanet.ru/biznes/benchmarking>
7. Tokayev, K. Ekonomikany tūraqtandyru jönindegi odan arǵy şaralar turaly Jarlyqqa qol qoidy [Signed a decree on further measures to stabilize the economy] <https://www.primeminister.kz/kz/news/k-tokaev-podpisal-ukaz-o-dalneyshih-merah-po-stabilizacii-ekonomiki>
8. Kontrol'naja rabota: Analiz marketingovoj sredy predpriyatija [Control work: analysis of the marketing environment of the enterprise] <https://www.bestreferat.ru/referat-212571.html>
9. Amirbekuly, E. (2023). Podgotovka pedagogicheskikh kadrov: novaja obrazovatel'naja real'nost' [Preparation of teaching staff: new educational reality]. *Education. Quality Assurance*, 3(32), 41-48.

## СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ:

**\*Дауренбекова Асима Нарбековна** - экономика ғылымдарының докторы, профессор, «Менеджмент» кафедрасы, "Тұран" университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы  
E-mail: daurenbekova\_as@mail.ru

**Текенова Асель Узаковна** - Phd докторанты, «Нархоз» университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы  
E-mail: a.t\_13@mail.ru

**\*Daurenbekova Asima** - Doctor of Economic Sciences, Professor, Department of Management, Turan University, Almaty, Republic of Kazakhstan  
E-mail: daurenbekova\_as@mail.ru

**Tekenova Assel** - Doctoral student, Narkhoz University, Almaty, Republic of Kazakhstan  
E-mail: a.t\_13@mail.ru

**\*Дауренбекова Асима Нарбековна** - доктор экономических наук, профессор, кафедра «Менеджмент», университет "Туран", г. Алматы, Республика Казахстан  
E-mail: daurenbekova\_as@mail.ru

**Текенова Асель Узаковна** - Phd докторант, университет «Нархоз», г. Алматы, Республика Казахстан  
E-mail: a.t\_13@mail.ru