

А.К. Кадырбергенова*, PhD¹

З.Ж. Кенжеғалиева, PhD¹

А.Х. Галиева, э.ғ.д., профессор²

М.Т. Набиева, PhD, доцент³

*Х. Досмұхамедов атындағы Атырау университеті КеАҚ,
Атырау қ., Қазақстан¹,*

Esil University, Астана қ., Қазақстан².

*Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия Ұлттық Университеті,
Астана қ., Қазақстан³*

* – негізгі автор (хат-хабарларға арналған автор)

e-mail: asel-k-80@mail.ru

ӨНІМДІ САРАЛАУ СТРАТЕГИЯСЫ КӘСІПОРЫНДАРДЫҢ БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІГІН АРТТЫРУ ҚҰРАЛЫ РЕТІНДЕ

Экономикалық жүйелердің жаһандану процестері өзгеріп отырған бәсекелестік ортаға сәйкес мұнай компанияларын басқарудың өндірістік құрылымдарын құрудың жаңа стандарттарын белгілейді. Оларды басқару жүйесіндегі түбегейлі өзгерістер дифференциация стратегиясы негізінде жүзеге асырылады. Бұл компанияның күнделікті іскерлік табысының бөлігі болып табылмайтын өндірістегі, капитал құрылымындағы немесе шығындардағы кез келген өзгерістерді қамтиды. Дегенмен, зерттеушілердің көпшілігі мұнай компаниялары нарығының қажеттіліктерін саралау стратегиясын саралау арқылы өндірісті кеңейтуге байланысты жергілікті дағдарыстық жағдайдан шығудың жолы деп санайды, сонымен бірге басқарудағы барлық күш-жігерді тұтынушыларды ынталандыру механизмін өзгертуге шоғырландырады. Осылайша, мұнай компанияларын саралау стратегиясы, сөзсіз, бәсекеге қабілеттілікті арттыруға ықпал етеді және егер кәсіпорында заманауи маркетингке, басқарудың ұйымдастырушылық және өндірістік құрылымдарының өзара іс-қимылын оңтайландыруға және тиімді әдістер мен құралдарды қолдануға бағытталған негізделген тұжырымдама іске асырылса, ұлттық экономиканы дамыту үшін маңызды болып табылады.

Саралау стратегиясын қолдануды шешкен компаниялар барлық күш-жігерін бәсекелестердің өнімдеріне қарағанда пайдалылығы жоғары өнімді жасауға бағыттайды. Бәсекелестік артықшылық сол өнімге (компанияға) беріледі, оның бірегейлігі тұтынушы үшін үлкен құндылық жасайды және онымен төлеуі мүмкін. Стратегия тауашада көшбасшы болуға немесе тіпті өз тауашаңызды құруға мүмкіндік береді.

Мақалада саралау стратегиясы бойынша «АМӨЗ» ЖШС-ің өнім өндірісі, қайта жабдықтаудан кейінгі көрсеткіштері талданады, қайта жабдықтау нәтижелері мен қол жеткізілетін тиімділігі талдау және синтез, индукция және дедукция, сапалық және сандық өзгерістердің өзара байланысын болжау негізінде көрсетіледі. Мұнай өнімінің сапасы еуростандартқа сәйкестеліп, оны экспортқа сатуға саралау стратегиясын қолданудың маңыздылығы ашылады. Бұл тәсіл сатып алушыларға тиімді, өйткені ол нарықты әртараптандырады.

Елдің индустриялық-инновациялық даму стратегиясының өзектілігі экономиканың негізгі саласы ретінде мұнай-газ саласында жаһандық деңгейде дамуға және оның өндірісін саралауға көп көңіл бөлінетіндігінде, осыған байланысты Қазақстанда индустриялық-инновациялық саясат жандандырылуда. Зерттеудің негізгі ережелері мен қорытындылары өңірлік деңгейде заманауи бәсекелестік саясатты, кәсіпорындардың маркетингтік саясатын қалыптастыруда қолданылуға болады.

Кілт сөздер: мұнай, мұнай-химия, саралау стратегиясы, қайта жабдықтау, саралау стратегиясы, бәсекелестік, сұраныс, өндірістік қуат

Ключевые слова: нефть, нефтехимия, стратегия дифференциации, реконструкция, стратегия дифференциации, конкуренция, спрос, производственная мощность

Keywords: oil, petrochemicals, differentiation strategy reconstruction, differentiation strategy, competition, demand, production capacity

Кіріспе. Қазақстанда жылдан жылға мұнай-газ саласына инвестициялардың ұлғаюы нарық қажеттіліктерін саралау стратегиясы үшін қолайлы жағдайлар жасайды. Мұнай мен газдың, мұнай өнімдерінің дифференциациясы экономиканың барлық салаларында және күнделікті өмірде қолданылатын полимерлі өнімдердің 200-ге жуық түрін өндіруге мүмкіндік береді. Осылайша, кез-

келген мемлекетте оның экономикасын жандандыру және одан әрі дамыту үшін саралау стратегиясы үлкен маңызға ие. Егер біз әртараптандыру механизмін толық қарастыратын болсақ, онда бұл елдің экономикалық өсуін қамтамасыз ету тәсілдері деген қорытынды жасауға болады. Нарықтық саралау жағдайында ұлттық экономиканың мұнай компаниялары қызметтің ұқсас салаларында батыс компанияларымен салыстырғанда бәсекеге қабілеттіліктің жоғары деңгейіне қол жеткізген жоқ, бұл ұйымдық құрылымды қайта құрудың жаңа әдістері негізінде ішкі ортада сапалы өзгерістер енгізуді талап етеді. .

Елдегі экономикалық өсім негізінен шикізат өнеркәсібі есебінен қамтамасыз етілген. Мұнай, газ және металдарды өндіру жалпы өнеркәсіп өндірісінің шамамен 70%, ал олардың экспорты шамамен 90% құрайды. Бұл жағдай үнемі жалғаса алмайды. Осылайша, экономиканы әртараптандыру негізінде қазақстандық мұнай-газ компаниялары шикі мұнайды емес, оның өңделген өнімдерін экспорттауы керек. Еуроаймақтағы саяси жағдай тұрақты деңгейде болған кезде, сараланған мұнай-газ компаниялары, соның ішінде шетелдік активтерді басқарушылар тұрақты күйде болды. Дегенмен, мұнайдың әлемдік бағасының өзгеруі нарықтық тепе-теңдіктің іргелі факторларымен бірге геосаяси факторларға, жаңалықтарға және экономикалық жағдайларға әсер етеді.

Барлық мұнай экспорттаушы елдер өз экономикасын әртараптандыруға алаңдайды; мұнай және мұнай өнімдерін экспорттаудан түсетін табысты қайта бөлу есебінен өндіріс құрылымын жақсарту бойынша шаралар жүзеге асырылуда. Қазақстанда жыл өткен сайын мұнай-газ саласына инвестиция көлемінің ұлғаюы нарық қажеттіліктерін саралау стратегиясына қолайлы жағдай туғызуда.

Зерттеудің мақсаты-«АМӨЗ» ЖШС-ің бәсекеге қабілеттілігін арттыру құралы ретінде өнімді саралау стратегиясын қолданудың тиімділігін айқындап, артықшылықтарын көрсетіп, ұсыныстар әзірлеу.

Өнімді саралау стратегиясын дұрыс қолдана отырып «АМӨЗ» ЖШС-гі жоғары бәсекеге қабілетті нарықта да сатылым мен пайданың қажетті деңгейін қамтамасыз ете алады.

Зерттеу әдістері. Мақалада жалпы ғылыми әдістер қолданылды: ғылыми абстракция, талдау және синтез, индукция және дедукция, сапалық және сандық өзгерістердің өзара байланысы, жалпылау, жүйелік, себеп-салдарлық, салыстырмалы талдау, сонымен қатар субъективті объектілік және логикалық модельдеу әдістері т.б. қолданылады.

Әдебиеттік шолу. Өнімді саралау теориясын екі ой мектебіне бөлуге болады. Бірінші бағыт (кеңістіктік емес) Дж.Робинсонның¹ теориясынан, сонымен қатар Э.Чемберлиннің² теориясынан басталып, оның ізбасарлары мен сыншылары: Р.Триффин³, А.Диксит және Д.Стиглиц⁴ еңбектерінде жалғасын табады [1-4].

Екінші бағыттың (кеңістіктік) алдында И.Г.фон Тунен және В.Лаунхардт. Бұл бағыт Э.Чемберлиннің кеңістіктік емес теориясының қалыптасуымен бір мезгілде дерлік Х.Отеллингпен дамыды.

Өнімдерді саралаудың нақты стратегиясын құру мұнай компанияларының табысты жұмыс істеуі үшін өзекті және қажетті шартқа айналды. Мұнай саласындағы саралау стратегиясының әртүрлі теориялық аспектілерін көптеген отандық және шетелдік ғалымдар зерттеді.

Бәсекелестік экономика жағдайында мұнай компанияларының тұтынушыларын саралау стратегиясының жалпы негіздері жұмыстарда қарастырылды: В.П. Бологепов, Ю.В. Богатин, А.А.Гаврилов, И. Гайдук, В.А. Винокурова.

Мұнай компанияларының қайта құру әдістері мен құралдарын егжей тегжейлі зерттеген ғалымдар: М.В. Алябьева, М.В.Чернов, С.М. Егембердиева, С.И. Калиновский, О.К. Джолдасбаев, Д.Ж. Рахматуллаева, Н.Н. Потапова және т.б.

Осыған қарамастан, осы саладағы қазіргі заманғы зерттеулердің көпшілігі шетелдік әдістерді бейімдеуге бағытталған, онда экономиканың нақты секторын тұтынушыларды қанағаттандырудың теориялық негіздері әзірге жеткіліксіз пысықталған, нарықты саралау дәрежесіне байланысты мұнай компанияларын қайта ұйымдастырудың негізделген тұжырымдамасы жоқ, ұйымдық құрылымдарды қайта ұйымдастыру негізінде басқару тиімділігінің критерийлері мен көрсеткіштері толық айқындалмаған.

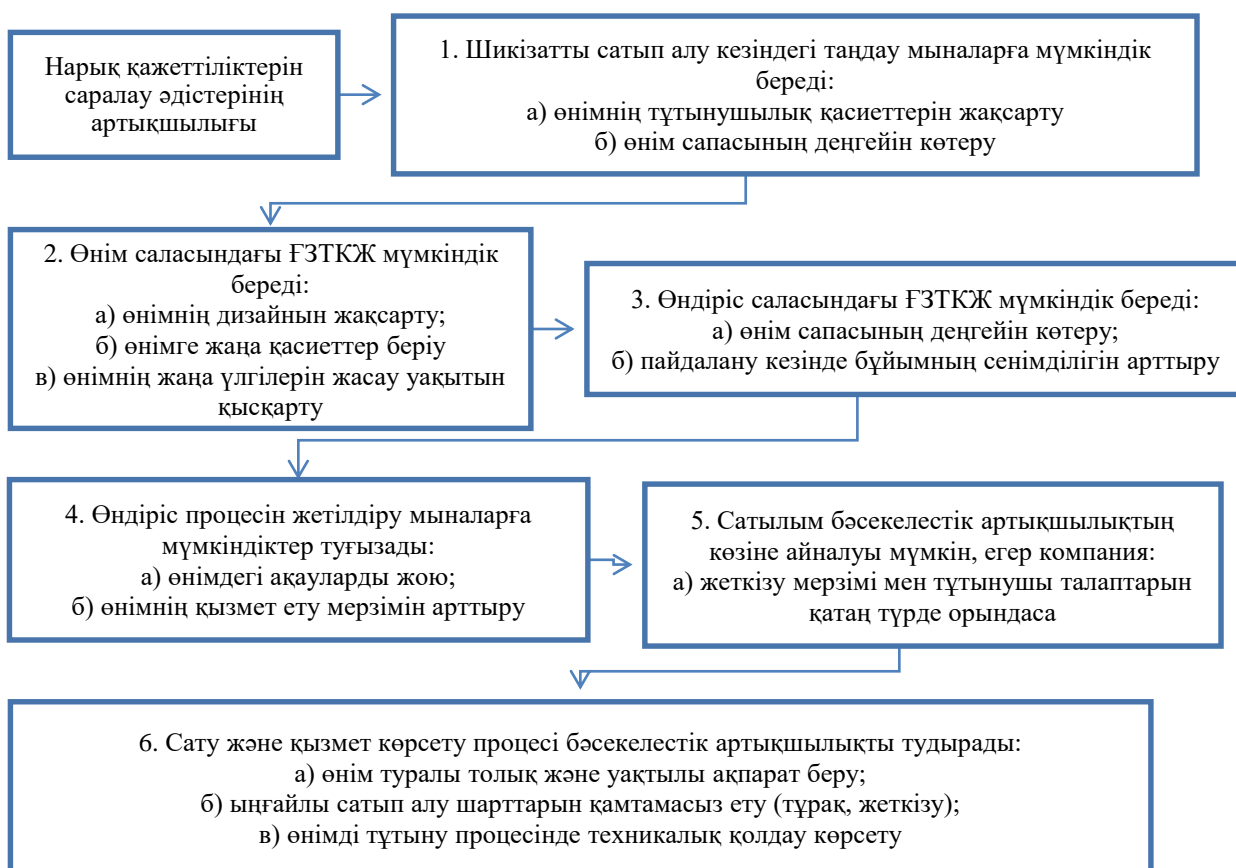
Негізгі бөлім. Өнімді әртараптандыру-экономикалық дамудың объективті тенденциясы. Мұнай компанияларының басқару жүйелерін қайта құрудың сәттілігі тұжырымдаманың негіздемесіне, басқару әдістері мен құралдарын таңдауға, қайта құру объектісін жүйе ретінде түсінуге, тұтынушыларды саралау стратегиясына байланысты. Ұлттық деңгейде мұнай

компанияларын қайта құру ЖІӨ-нің өсуіне тікелей әсер етеді, экспортты ынталандырады және әлемдік экономикадағы экономиканың бәсекеге қабілеттілік деңгейін арттырады. Мұнай компаниялары деңгейінде экономиканың нақты секторында қайта құру негізгі сала болып табылады, өйткені оған салалардың, өңірлердің және тұтастай алғанда елдің тұрақты өсу қарқыны тәуелді.

Өнімді саралау стратегиясын іске асыру тұрғысынан оның негізгі параметрлерін келесідей анықтауға болады. Стратегияның негізгі құралы тұтынушыға өнімнің тұтынушылық құндылығын арттыру немесе сол құндылық бірлігінің құнын төмендету арқылы қосымша құндылық беру (тұтынушының профицитін арттыру). Стратегияның міндеті - тұтыну құнының бағадан озық өсуін қамтамасыз ету. Стратегияны іске асыру екі мәселені шешуге байланысты: 1) бағытты таңдау және 2) өнімді саралау әдісін таңдау.

Нарық қажеттіліктерін саралау әдістерін ұсынудың артықшылығы - бұл компания қызметінің барлық кезеңдерінде-өндірісті дайындаудан бастап іске асыру кезеңіне дейін артықшылық жасау мүмкіндіктерін көрсетеді. «Сатып алушы нарығында» сатып алушы көптеген алмастыратын өнімдердің болуына және коммутацияның төмен шығындарына байланысты айтарлықтай бәсекелестік күшке ие болса, өнімнің жоғары сапасы саралау белгісі болудан қалады және алғы шартқа айналады. Бәсекелестік клиенттерге қызмет көрсету саласына ауысады, онда клиенттерді ұстап қалу үшін күрес жүргізіледі.

Саралау стратегиясын іске асырудың объективті алғышарттарының бірі тұтынушылардың сұраныстары мен қалауларының әртүрлілігін арттыру болып табылады, яғни тұтынушылардың қажеттіліктерін олардың қолданыстағы стандартты өнімдерімен қанағаттандыра алмаған кезде. Бұл стратегия сәтті болуы үшін компания өз күш-жігерін тұтынушылардың қажеттіліктерін, мінез-құлқы мен қалауларын зерттеуге шоғырландыруы керек. Тұтынушы ортасын жан-жақты зерделеу негізінде кәсіпорын өз өнімінің (қызметінің) бір немесе бірнеше ерекше белгілерін әзірлейді (1-сурет) [5,6].

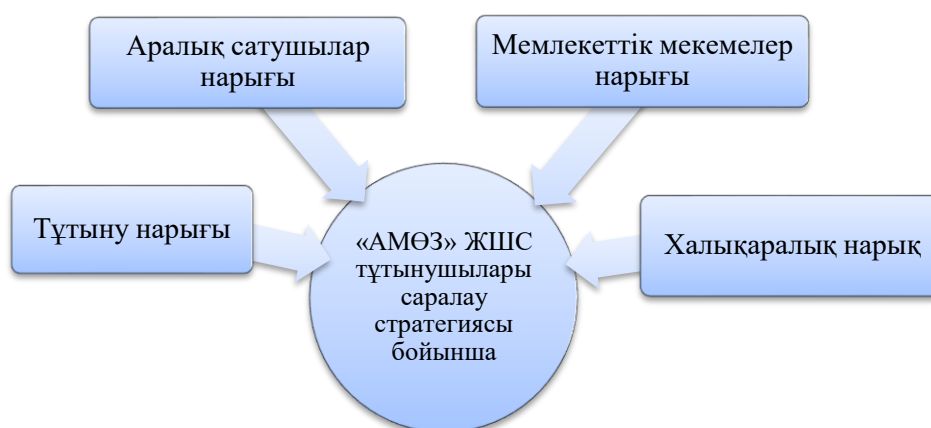


1-сурет. Нарық қажеттіліктерін саралау әдістерінің артықшылықтары

* [7] дереккөзі негізінде авторлармен құрастырған

Қазақстанның мұнай-газ саласы мемлекеттің маңызды саласы болып табылады. Қазақстанда тиісті түрдегі өнімдердің кең ассортименті – бензин, дизельдік және қазандық отыны, авиацияға арналған керосин және мұнай өнімдерінің көптеген басқа түрлері шығарылады. Қазақстандағы мұнай-газ өнеркәсібінің дамуының ерекшелігі мемлекеттік және жеке кәсіпорындардың табысты интеграциясының мысалы болып табылады. Мұнай-газ өнеркәсібі экономиканың басқа салаларын ілгерілетудің қозғаушы күшіне айналды.

«АМӨЗ» ЖШС-гі ассортиментінде 13 түрлі өндірілген өнімдерін өткізу қажетті нарықтық байланыстары бар, бұл оның өнімдерін жылжыту үшін қажетті талап болып табылады (2-сурет).



2 - сурет. Саралау стратегиясы бойынша «АМӨЗ» ЖШС-ің тұтынушылары

* [7,8] дереккөзі негізінде авторлармен құрастырған

Нарықта өнімді жылжыту үшін ақпарат қажет, содан кейін белгілі бір бағыттар пысықталады. Арнайы сауалнамалар жасалады, олар өкілдіктерге, бәсекелестерге және сатып алушыларға тасталады. Апта сайын нақты санға нарықтың жай-күйі көрсетілген факс құжаттары алынады. Зауыттың сыртқы нарықтағы бәсекеге қабілеттілігі тұрақсыз, себебі шикі мұнайдың төмен ішкі бағасына (әлемдік бағамен салыстырғанда) негізделген. Бұл артықшылық уақытша. Өнім сапасы жағынан зауыт өз өнімдерін демпингтік бағамен сататын ресейлік мұнай өңдеу зауыттарынан әлдеқайда төмен.

Ішкі нарықта тағы екі қазақстандық зауыт бәсекелестер болып табылады. Бұл зауыттардың өнімдері сапасы жағынан жақсы және арзан, өйткені өнімнің өзіндік құны әлдеқайда төмен. Павлодар МӨЗ мұнайды аз өңдейді, сондықтан ол бәсекеге қабілетті емес. Негізгі бәсекелес – «ШНОС», өйткені ол жас зауыт және оның прогрессивті өңдеу технологиясы бар.

Қайта жабдықтаудың мақсаты республика экономикасының тұрақтылығын қамтамасыз ету үшін меншікті шикізат ресурстарын барынша толық және тиімді пайдалану тұжырымдамасын негізге ала отырып, Атырау МӨЗ-де мұнай өңдеу тереңдігін арттыру және әлемдік стандарттар деңгейінде жоғары сапалы өнім өндіру болып табылады. Зауыттың жаңа бөлігінің технологиялық схемасының құрамына мұнай өңдеуді дамытудың заманауи және перспективалық деңгейінің талаптарына сәйкес келетін қалдықтары аз және ресурс үнемдейтін технологиясы бар жаңа жоғары тиімді процестер енгізілген.

Қабылданған өндіріс технологиясы қорғасынсыз жоғары октанды бензиндерді, құрамында күкірт мөлшері 0,05% дизель отынын, жоғары тазартылған парафиндер мен жоғары индексті мотор майларын алуды қамтамасыз етеді, қала мен өңірдегі экологиялық жағдайды жақсартады. Айта кету керек, ЖШС ұжымы шетелдік шоттардағы ақша ресурстарын нығайту бойынша тағы бір перспективалы бағдарлама әзірледі. Ол үшін әлемдік нарықта әлемдік стандарттарға сәйкес келетін өнімді сату бойынша кредиттік инвестицияларды тарту басталды.

Сондай-ақ, АМӨЗ Теңіз мұнайының үлесін қайта өңдеуде одан әрі ұлғайту мақсатында технологиялық қондырғыларды қайта құру және инновациялау бағдарламасының жоспарын әзірлеуі тиіс: бағдарламаны орындау нәтижесінде зауыт бір жылда 6 миллион тоннаға дейін жоғары күкіртті көмірсутектерді өңдей алады, бұрынғыға қарағанда жеңіл мұнай өнімдерінің көп мөлшерін алады. Қондырғының қуатын жылына 450 мың тоннаға дейін жеткізу жоспарлануда. Қазақстанда алюминий алу үшін пайдаланылатын күйдірілген кокс беретін жалғыз қондырғы. Оның өнімділігі-

жылына 14 мың тонна. Коксты қыздыру қондырғысының өнімділігін арттыру үшін үлкен көлем мен сапалы алюминий беру үшін бағдарламаны әзірлеу қажет.

Жобаның Қазақстан Республикасы үшін маңызды аспектісі АМӨЗ республиканың батыс өңірінен қазақстандық мұнайды қайта өңдейтін және қайта өңдеуді жалғастыратын республикадағы жалғыз мұнай өңдеу зауыты болып табылады.

Осылайша, АМӨЗ-ді қайта құру интеграцияланған қазақстандық мұнай өнеркәсібін құруға өзінің тікелей үлесін қосады. Мұнайды бастапқы өңдеу екі қондырғыда жүзеге асырылады: қуаттылығы жылына 2,2 млн.тоннаға дейін ЭЛОУ - АТ-2 және қуаттылығы жылына 3,3 млн. тоннаға дейін ЭЛОУ - АВТ-3. Осы қондырғыларда өндірілетін мұнай өнімдері бұдан әрі шикізат ретінде пайдаланылады (бензинді гидротазарту блогындағы бензиндер каталитикалық риформинг қондырғылары және бензинді гидротазарту және изомерлеу қондырғылары, дизель отынын гидротазарту және депарафинизациялау қондырғыларының керосиногазойль фракциясы, ауыр қалдық мұнай өнімдері мазут, баяу кокстеу қондырғыларының гудроны және/немесе дайын өнім), сондай-ақ бензинді компаундтау жолымен тартылады. Саралау стратегиясы бойынша «АМӨЗ» ЖШС-ің өнім өндірісін талдау 1-кестеде көрсетілген.

1-кесте

Саралау стратегиясы бойынша «АМӨЗ» ЖШС-ің өнім өндірісін талдау*

№	Көрсеткіштер	Іс-шараларға дейін	Іс-шаралардан кейін
1.	Тұрмыстық газ	6,0	10,0
2.	А-76 бензині (этилденген)	480,0	750,0
3.	АИ-93 бензині (этилденбеген)	50,0	102,0
4.	Дизель отыны	1300,0	2500,0
5.	Уайт-спирит	33,0	65,0
6.	Авиакеросин	60,0	95,0
7.	Мазут М-100	1400,0	1950,0
8.	Мазут М-40	170,0	300,05
9.	Вакуумдық газойль	350,0	620,0
10.	Пеш отыны	180,0	230,0
11.	Кокс шикі	17,0	32,0
12.	Кокс күйдірілген	70,0	150,0

*«АМӨЗ» ЖШС-ің 2021-2022 жылдарға арналған өнім өндірісі туралы есебі 12-25 бб қолданып авторлар жасаған

Мұнай өңдеу тереңдігін ұлғайту мақсатында 2021 жылы шикі кокс, жеңіл және ауыр газойль, бензин және майлы газ ала отырып, қуаты жылына 720 мың тонна баяу кокстеу (УЗК) қондырғысы енгізілді. Қайта құру нәтижесінде ЖҚК (УЗК) өнімділігі жылына 5 млн. тоннаға дейін ұлғайтылды, жеңіл мұнай өнімдерін іріктеу ұлғайтылды.

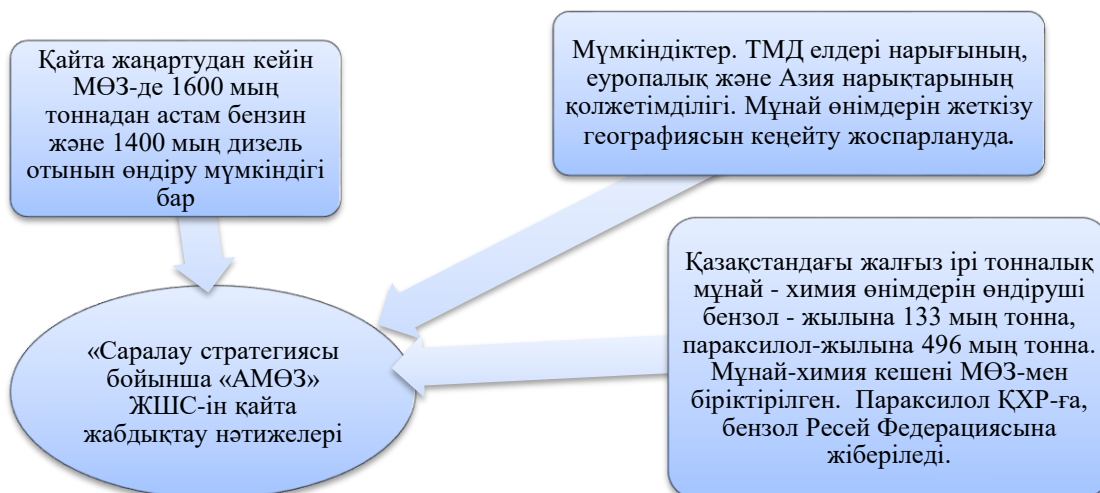
Саралау стратегиясын қолданудан нәтижеге жету жолдары:

- ⊕ өндіріс процесін техникалық және технологиялық жетілдіру;
- ⊕ өнім өндіру объектілерінің сапасын арттыру және кеңейту.

«АМӨЗ» ЖШС-де саралау стратегиясын іске асырудың маңызды кезеңі өндірістік құрылымдарды қайта құру болып табылады [7,9]

Экономиканы әртараптандыру негізінде қазақстандық мұнай-газ компаниялары шикі мұнайды емес, оны қайта өңдеу өнімдерін экспорттауға тиіс. Еуроаймақтағы саяси жағдай тұрақты деңгейде болған кезде, сараланған мұнай-газ компаниялары, оның ішінде шетелдік активтерді басқарушылар тұрақты күйде болды. Алайда, өзгерген әлемдік мұнай бағасы нарықтық тепе-теңдіктің негізгі факторларымен бірге геосаяси факторларға, жаңалықтар оқиғаларына және экономикалық жағдайға әсер етеді.

Соңғы 9 жылда «АМӨЗ» ЖШС қолданыстағы өндірісті жаңғырту және жаңа кешендер салу бойынша ауқымды жұмыс атқарды. Кешендердің құрылысына миллиардтаған инвестиция тартылды, оның ішінде жобаларға мемлекеттік бюджеттен бірде-бір теңге салынбаған. Бүгінгі таңда АМӨЗ ҚР - дағы ең заманауи және технологиялық дамыған мөз болып табылады. Кәсіпорынды жаңғырту мен реконструкциялауды ескере отырып, мұнай өңдеу бойынша белгіленген қуаттылық жылына 5500000 тонна. Әр қондырғының өнімділігі шикізаттың жүктелуіне және өнделетін мұнай ассортиментіне байланысты белгіленеді (3-сурет).



3-сурет.Саралау стратегиясы бойынша «АМӨЗ» ЖШС-ін қайта жабдықтау нәтижелері

*[7] дереккөзі негізінде авторлармен құрастырған

«АМӨЗ» ЖШС-гі барлық өнімдер Еуразиялық экономикалық одақтың техрегламентіне сәйкес К4 және К5 экологиялық сыныптарына сәйкес келеді.

Бүгінгі таңда «АМӨЗ» ЖШС-гі 3 жаңғыртудан кейін ішкі нарықтағы толық сұранысты қанағаттандыра алмайды.Бұл мәселені шешу үшін зауыт қондырғыларының инновациясын дамыту жобасы әзірленуде (2-кесте).

2-кесте

Қайта жабдықтаудан кейінгі көрсеткіштерді талдау*

№ н/б	Көрсеткіштер	Қайта жабдықтағанға дейін	Қайта жабдықтағанға кейін
1.	Өнім өндірісі, жылына мың тонна: Бензин Дизель отыны КО-1 реактивті отыны	400 1000 10	700 (1,75 есе өсу) 1600 (1,6 есе өсу) 67 (6,7 есе өсу)
2.	Өңдеу тереңдігі, %	60	82
3.	Тауар өнімі, млн. т.	47000	60000
4.	Пайда, млн. теңге	1800	7500
5.	Салықтар және бюджетке төленетін міндетті төлемдер, млн. теңге	3120	6170
6.	Мұнай өнімінің сапасы еуростандартқа сәйкес келеді және оны экспортқа сатуға мүмкіндік береді		

* «АМӨЗ» ЖШС-нің 2021-2022 жылдарға арналған өнім өндірісі туралы есебі 12-25 бб қолданып авторлар құрастырған

Жаңа өндірістік қуаттарды енгізу және күрделі қайта құру шараларын жүзеге асыру есебінен өңдеу көлемдерінің ұлғаюымен зауыттың барлық аумағында сумен жабдықтау, кәріз және электрмен жабдықтау объектілері екі еседен астам өсті.

Қолданыстағы қуаттарды кең көлемде пайдалануды арттыру оларды ұйымдастыруды жақсарту арқылы жөндеу жұмыстарының тоқтап қалуын азайту арқылы қол жеткізуге болады.

Қолданыстағы қондырғылардың қуаттылығының артуы өнімнің өзіндік құнының төмендеуіне әкеледі, бұл шартты түрде тұрақты шығындар үлесінің салыстырмалы түрде азаюы нәтижесінде болады. Мұнай өңдеу бойынша барлық технологиялық қондырғыларды техникалық қайта жарақтандыруды жүзеге асыра отырып, бұл қуаттылықты жылына 5 миллион тоннаға дейін арттыруға мүмкіндік берді.

Қажеттіліктерді саралау стратегиясы кәсіпорынның пайдасын арттырып қана қоймайды. Бұл тәсіл сатып алушыларға тиімді, өйткені ол нарықты әртарапандырады. Өндірушілер жоғары сапалы түпнұсқа өнімдерді жасауға тырысады, нәтижесінде сатып алушы өзіне максималды құндылық беретін ұсынысты таңдайды. Сондай-ақ, кәсіпорынның мұндай өнімдерді жасау үшін шынымен де техникалық мүмкіндіктері болуы керек. Тұтынушыларды «жаңа өнімдердің» бір түрімен шаршатпау үшін қандай бәсекелестер ұқсас стратегияны қолданып жатқанын ескеру маңызды [7,10].

Қорытынды. Жүргізілген зерттеулердің жиынтығы мұнай өнімдерін өндіру тиімділігін арттыру мақсатында өндірістік құрылымды нығайту қажеттілігі «АМӨЗ» ЖШС компаниясында инновацияны дамытуды жеделдетуге ықпал ететіндігін көрсетті. «АМӨЗ» ЖШС-де саралау стратегиясының негізгі артықшылықтары:

- * өнімнің сапасын арттыру, ассортиментін кеңейту;
- * өнімнің өзіндік ерекшелігі мен аралық сатып алушылардың қызығушылығын арттыру;
- * жоғары табысты компаниямен ынтымақтасқысы келетін жеткізушілерді тарту;
- * бағаны төмендетпестен және тіпті қосымша үстеме бағамен жақсы сату;
- * өнімді үлкен көлемде сату, пайданы жоғарлату.

«АМӨЗ» ЖШС нарығының қажеттіліктерін саралау әдістерін ұсынудың артықшылығы-бұл компания қызметінің барлық кезеңдерінде-өндірісті дайындаудан бастап іске асыру кезеңіне дейін артықшылықтар жасау мүмкіндіктерін көрсетеді. «Сатып алушы нарығында» сатып алушы алмастыратын тауарлардың көп санының болуына және оларды жылжытудың төмен шығындарына байланысты айтарлықтай бәсекелестік қабілетіне ие болса, өнімнің жоғары сапасы ерекше қасиет болып қалмайды, ал алғы шартқа айналады. Сонымен қатар, қалыптасқан мұнай өндіру аймақтарында мұнай өңдеуді қарқындатудың заманауи әдістерін кеңінен енгізу жоспарлануда.

«АМӨЗ» ЖШС-нің өндірістік дамуының маңызды стратегиялық бағыты сектораралық пропорцияларды оңтайландыру болып табылады: мұнай секторының басымдығын сақтай отырып, мұнай өңдеу қуаттары мен мұнай өнімдерін өткізу желісін едәуір ұлғайту қажет. Ұзақ мерзімді дамудың негізгі бағыты - шикізатты тиімді пайдалану және табыстылықтың орнықты өсуі үшін мұнай-химия, газ тасымалдау, инжиниринг секторларын дамыта отырып, мұнай өңдеу өндірісін саралау.

«АМӨЗ» ЖШС негізгі капиталын стратегиялық қайта құру компанияның қызметін ұзақ мерзімді кезеңде қайта құруға бағытталған, оның нәтижесі болашақ кірістердің таза ағымдағы құнының өсуі, ұзақ мерзімді кезеңде бәсекеге қабілеттіліктің өсуі және меншікті капиталдың нарықтық құнының өсуі болып табылады.

ӘДЕБИЕТТЕР

1.Робинсон Д. Экономическая теория несовершенной конкуренции / Перевод с англ. Вступительная статья и общ. ред. И.М. Осадчей. М.: Прогресс, 1986. – 473 с.

2.Чемберлин Э. Монополистическая конкуренция: (Реориентация теории стоимости) / Перевод с англ. Э.Г. Лейкина и Л.Я. Розовского. Под ред. Ю.Ольсевича. М.: «Экономика», 1996. – 351 с.

3.Triffin R. Monopolistic Competition and General Equilibrium//Journal of the American Statistical Association. Vol. 36, (Mar., 1976). - № 213. - С. 146-148.

4.Dixit A., Stiglitz J. Monopolistic Competition and Optimum Product Diversity. American Economic Review, Vol. 67, Issue 3, Jun., 1977. - С. 297-308.

5. Борисова Л.Г. Организационный дизайн: современные концепции управления: Учеб. пособие. - М.: Дело, 2003. - 398 с.
6. Богатин Ю.В. Экономическая оценка качества и эффективности работы предприятия. -М.: Изд-во стандартов, 1991. – 216 с.
https://www.phantastike.com/economy/economicheskaya_effektivnost_bogatin/djvu/view/
7. «АМӨЗ» ЖШС-нің 2021-2022 жылдарға арналған өнім өндірісі туралы есебі Б. 12-25.
https://ANPZ.kz/ru/o_kompanii/strategiia_razvitiia/ <https://www.anpz.kz/>
8. Гайдук И. Нефтепереработка на подъеме // Нефтегазовая вертикаль, 2020. - № 9. - 85 с.
9. Винокуров В.А. Организация стратегического управления на предприятии. - М.: Центр экономики и маркетинга, 2019. – 135 с. https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_002128528/
10. Чернов М.В. Экономический закон дифференциации товаров: причины, характер и формы проявления. Эффекты дифференциации товаров / М. Чернов // РИСК: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. – 2016. – № 2. – С. 131-134. <https://ekonomika.snauka.ru/2012/08/1260>

REFERENCES

1. Robinson D. Ekonomicheskaya teoriya nesovershennoj konkurencii / Perevod s angl. Vstupitel'naya stat'ya i obsch. red. I.M. Osadchey. M.: Progress, 1986. – 473 s. [In Russian].
2. Chamberlin E.H. Monopolisticheskaya konkurenciya: (Reorientaciya teorii stoimosti) / Perevod s angl. E.H.G. Lejkina i L.YA. Rozovskogo. Pod red. YU.Ol'sevicha. M.: «Ekonomika», 1996. – 351 s. [In Russian].
3. Triffin R. Monopolistic Competition and General Equilibrium // Journal of the American Statistical Association. Vol. 36, (Mar., 1976). - № 213. - С. 146-148.
4. Dixit A., Stiglitz J. Monopolistic Competition and Optimum Product Diversity. American Economic Review, Vol. 67, Issue 3, Jun., 1977. - С. 297-308.
5. Borisova L.G. Organizacionnyj dizajn: sovremennye koncepcii upravleniya: Ucheb. posobie. - M.: Delo, 2003. - 398 s. [In Russian].
6. Bogatin Yu.V. Ekonomicheskaya ocenka kachestva i ehffektivnosti raboty predpriyatiya. -M.: Izd-vo standartov, 1991. – 216 s. https://www.phantastike.com/economy/economicheskaya_effektivnost_bogatin/djvu/view/ [In Russian].
7. «АМӨЗ» ЖШС-нің 2021-2022 жылдарға арналған өнім өндірісі туралы есебі Б. 12-25. https://ANPZ.kz/ru/o_kompanii/strategiia_razvitiia/ <https://www.anpz.kz/> [In Kazakh].
8. Gajduk I. Neftepererabotka na pod"eme // Neftegazovaya vertikal', 2020. - № 9. - 85 s. [In Russian].
9. Vinokurov V.A. Organizaciya strategicheskogo upravleniya na predpriyatii. - M.: Centr ekonomiki i marketinga, 2019. – 135 s. https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_002128528/ [In Russian].
10. Chernov M.V. Ekonomicheskij zakon differenciacii tovarov: prichiny, kharakter i formy proyavleniya. Ehffekty differenciacii tovarov / M. Chernov // RISK: resursy, informaciya, snabzhenie, konkurenciya. – 2016. – № 2. – S. 131-134. <https://ekonomika.snauka.ru/2012/08/1260> [In Russian].

Кадырбергенова А.К., Кенжегалиева З.Ж., Галиева А.Х., Набиева М.Т.

СТРАТЕГИЯ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ПРОДУКЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация

Процессы глобализации экономических систем устанавливают новые стандарты создания производственных структур управления нефтяными компаниями в соответствии с меняющейся конкурентной средой. Кардинальные изменения в системе их управления осуществляются на основе стратегии дифференциации. Это включает в себя любые изменения в производстве, структуре капитала или затратах, которые не являются частью повседневной деловой прибыли компании. Тем не менее, большинство исследователей считают, что это выход из локальной кризисной ситуации, связанной с расширением производства, посредством дифференциации потребностей рынка нефтяных компаний при концентрации всех усилий в управлении на изменения механизма стимулирования потребителей. Таким образом, стратегия

дифференциации нефтяных компаний, несомненно, способствует повышению конкурентоспособности и является важной в развитии национальной экономики при условии реализации на предприятии обоснованной концепции, направленной на современный маркетинг, оптимизацию взаимодействия организационных и производственных структур управления и применение эффективных методов и инструментов.

Актуальность стратегии индустриально-инновационного развития страны заключается в том, что большое внимание уделяется глобальному развитию нефтегазовой отрасли как основной отрасли экономики и дифференциации ее производства, в связи с чем активизируется индустриально-инновационная политика в Казахстане. Основные положения и итоги исследования могут быть использованы при формировании современной конкурентной политики на региональном уровне, государственных программ поддержки приоритетных отраслей национальной экономики. Выводы исследования также могут быть использованы при формировании маркетинговой политики хозяйствующих субъектов бизнес-структур.

Kadyrbergenova A., Kenzhegaliyeva Z., Galieva A., Nabyeva M.

PRODUCT DIFFERENTIATION STRATEGY AS A TOOL TO INCREASE THE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES

Annotation

The processes of globalization of economic systems set new standards for the creation of production management structures for oil companies in accordance with the changing competitive environment. Fundamental changes in their management system are carried out on the basis of a differentiation strategy. This includes any changes in production, capital structure, or costs that are not part of the company's day-to-day business profits. Nevertheless, most researchers believe that this is a way out of the local crisis situation associated with the expansion of production by differentiating the needs of the oil companies' market while concentrating all management efforts on changing the mechanism of stimulating consumers. Thus, the strategy of differentiation of oil companies undoubtedly contributes to increasing competitiveness and is important in the development of the national economy, provided that the company implements a sound concept aimed at modern marketing, optimizing the interaction of organizational and production management structures and the use of effective methods and tools.

The relevance of the country's industrial and innovative development strategy lies in the fact that much attention is paid to the global development of the oil and gas industry as the main branch of the economy and the differentiation of its production, in connection with which the industrial and innovative policy in Kazakhstan is being activated. The main provisions and results of the study can be used in the formation of modern competition policy at the regional level, state programs to support priority sectors of the national economy. The conclusions of the study can also be used in the formation of the marketing policy of business entities of business structures.

