

**ҚАЗАҚСТАН
ЭКСПОРТЫНЫҢ
БӘСЕКЕГЕ
ҚАБІЛЕТТІЛІГІН
АРТТЫРУДЫ ЗЕРТТЕУГЕ
ӘДІСТЕМЕЛІК
ТӘСІЛДЕМЕЛЕР**

Кіріспе

Әлемдік шаруашылық қатынастарда мемлекеттердің тиімді қатысу мәселесіне экономика саласының ғалымдары қызығушылық танытып келеді. Сонымен қатар сыртқы экономикалық қызмет пен халықаралық сауда теориясында экспорттық құрылымды жетілдіру мәселесіне ерекше мән берілетіні белгілі. Экспорт нарық кеңеюінің басты құралы және басқа аймақтардағы қазіргі заманға сай технологияларға қол жеткізудің бірден бір жолы болып табылады. Сондай-ақ, өнімді экспорттау – тиімділікті арттыру мүмкіншіліктеріне жол ашатын бәсекелестік күреске қатысуды білдіреді.

Экономикалық әлеуеттің құрылымдық бөлігі болып табылатын экспорттық әлеует – ұлттық экономиканың әлемдік нарықта бәсекеге қабілетті болып жеткілікті көлемде әлемдік бағаға сай өнімдерді өндіру арқылы экспорттауды сипаттайды. Экспорттық әлеуеттің құрылымдық элементтері өндірістік, инвестициялық, еңбек, ғылыми-техникалық, ақпараттық әлеуеттер болып табылады.

Экспорт құрылымын стратегиялық жетілдіру мәні – сыртқы нарықтарда ұлттық экономиканың, әлемдік көшбасшы елдердің көлемдік және құрылымдық сәйкестікті қажет ететін бәсекелестікке басым тұстарын іске асыруға мүмкіндік тудыру. Экспорттың бәсекеге қабілеттілігін арттыру бойынша шараларды іске асыру жекелеген экономикалар мен салалардың экспортта белсенділігін түсіндіретін методика жағынан қарастыруын талап етеді.

Негізгі бөлім

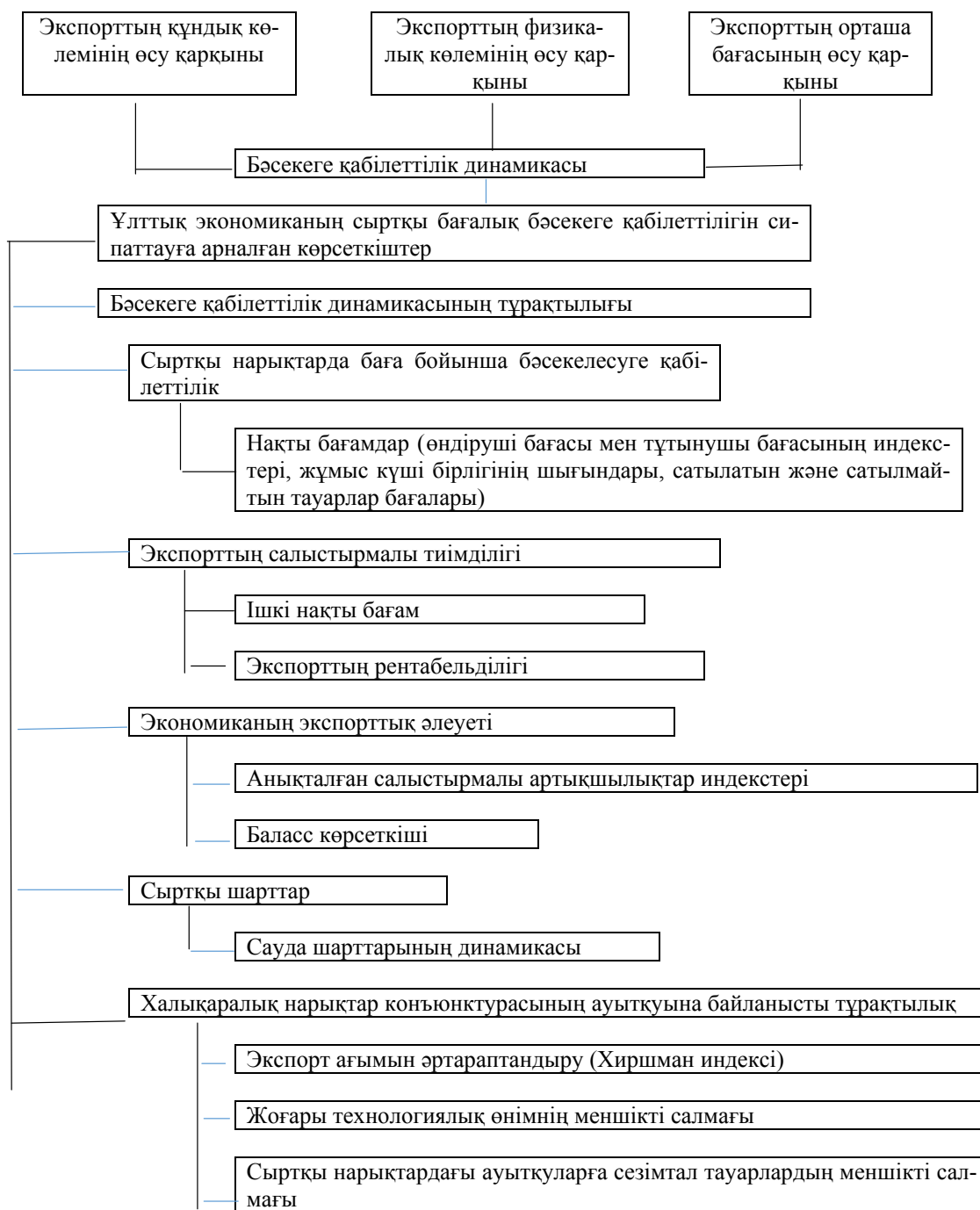
Халықаралық саудаға қатысудың пайдасы белгілі экономистер А. Смиттің (абсолютті артықшылық теориясы), Д. Рикардо мен Д. С. Милльдің (салыстырмалы артықшылық теориясы), Э. Хекшер мен Б. Олиннің, Леонтьевтің еңбектерінде негізделіп, басқа ғалымдардың ғылыми жұмыстарында жалғасын тапқан болатын [1].

Динамикалық түсінік болып табылатын экспорттық әлеуеттің бәсекеге қабілеттілігі – жалпы бәсекеге қабілеттілік ұғымы-

мен қатар белгілі бір көрсеткіш арқылы анықталмайды. Экспорттың сыртқы (немесе бағалық) бәсекеге қабілеттілігі түсінігін анализдеу екі негізгі көрсеткіштер тобын зерттеумен байланысты. Алғашқы топқа құндық және физикалық көлемнің, сондай-ақ бәсекеге қабілеттіліктің динамикасын сипаттайтын экспорттың орташа

бағасының өсу қарқыны енеді. Сәйкесінше, экспорт бойынша анализді жалпы елге немесе тауар тобына жүргізуге болады [2].

Жалпылап келгенде, сандық анализде пайдаланылатын сыртқы бағалық бәсекеге қабілеттіліктің көрсеткіштер жүйесі келесі сипатта қарастырылса болады (Сурет 1):



1-сурет – Экономиканың сыртқы бағалық бәсекеге қабілеттілігін сандық анализдеу бойынша көрсеткіштер жүйесі [2]

Көрсеткіштердің екінші тобы келесі факторлар тобына тәуелді болып табылатын көрсеткіштер динамикасының тұрақтылығын сипаттайды:

- экспортқа бағытталған салалардағы шығындар динамикасымен байланысты сыртқы нарықта экспорттың баға бойынша бәсекеге қабілеттілігі, бұл еңбек күші бірлігінің шығын индексі мен баға индексі қолданысымен саналған нақты бағам индекстерімен бағалануы мүмкін;
- экспорт рентабельділігі мен ішкі нақты бағам көрсеткіштері арқылы бағаланатын экспорттың салыстырмалы тиімділігі;
- экономиканың экспорттық әлеуеті;
- сауда шартындағы динамикамен сипатталатын сыртқы шарттар;
- сыртқы нарықтағы баға ауытқуларына сезімтал жоғары технологиялық өнімдер мен тауарлардың меншікті салмағы, экспорттық ағымдарды әртараптандыру сияқты көрсеткіштермен сипатталатын халықаралық нарықтар конъюктурасындағы ауытқуларға байланысты ұлттық экономиканың сыртқы секторының тұрақтылығы.

Экспорттың бәсекеге қабілеттілігін анықтау әдіснамаларында түрлі көрсеткіштер қолданылады, соның ішінде мемлекеттің халықаралық байланыстарға қосылуы деңгейінің көрсеткіштері (өндірісте экспорттың үлесін көрсетеді) және экономиканың ашықтығының деңгейі (ішкі қолданыстағы импорт үлесі); әлем тауар нарықтарында жалпы сауда көлеміндегі ұлттық фирмалардың үлесі, сауда және төлем балансы; дайын өнімдер импортының экспортпен жабылу коэффициенті және т.б. Бәсекеге қабілеттілікті сандық бағалау үшін сыртқы сауданың статистикалық мәліметтері пайдаланылады.

Елдің экспорттық әлеуетін бағалаудағы әдіснамалық тәсілдеменің бірі салыстырмалы артықшылықты анықтауға бағытталған түрлі индекстерді пайдалану болып табылады.

Халықаралық саудада кеңінен пайдаланылатын халықаралық нарықта елдердің мамандануы тенденциясын анықтау үшін қолданылатын индекс Баласс коэффициенті болып табылады. 1965 ж. Б. Баласс ұсынған анықталған салыстырмалы артықшылық коэффициенті қолданылуымен (Revealed comparative advantage – RCA) белгілі бір тауардың экспортындағы мемлекеттің мамандануын анықтау жүзеге асады (яғни, салыстырмалы артықшылыққа ие). Зерттелген елдің белгілі бір тауарының нарықтық үлесі дүниежүзі бойынша орта есеппен жоғары болса, яғни бұл тауар үшін RCA бірліктен асқан жағдайда ел бә-

секеlestік артықшылыққа ие, сәйкесінше, бірліктен төмен болса, ел бәсекеlestік артықшылыққа ие емес [3].

Баласс әдісі бойынша RCA ел экспортының жалпы көлеміндегі белгілі бір тауардың экспорттық үлесі мен әлемдік экспорттың жалпы көлеміндегі осы тауардың ара қатынасы мына формула бойынша саналады:

$$RCA_{ij} = ((x_{ij} \div X_i) / (x_{aj} \div X_a)),$$

x_{ij} – j өнімінің i елінен экспорты, X_i – i елінен жалпы экспорт, x_{aj} – j өнімін a аймағынан жалпы экспорты, X_a – a аймағынан жалпы экспорт.

Келесі санауларда басқа ғалымдар Баласс индексі негізінде салыстырмалы артықшылық зерттеулерін жүргізген: Т. Волрас – жаһандық деңгейде, Баласс – аймақтық және субжаһандық деңгейлерде, С. Димелис пен К. Гатсиос – елдер арасындағы екіжақты саудаға сүйене [4].

Д.Гринуэй мен С.Мильнер ішкі салалық сауданы есепке ала отыра анықталған салыстырмалы артықшылық индекcін есептеудің баламасы ұсынылған болатын [5].

$$RCA_3 = (X_{ij} - M_{ij}) / (X_{ij} + M_{ij}),$$

X – экспорт, M – импорт, i – зерттелуші ел, j – тауар (немесе өндіріс саласы).

Олар жасап шығарған формулада RCA мәні -1 («анықталған салыстырмалы артықшылық емес») мен $+1$ («анықталған салыстырмалы артықшылық») аралығында орналасқан. Нөлге тең индекс бойынша белгісіздік пайда болудың алдын алу үшін Баласс теңдеуіне негізделген тағы бір формула пайда болды:

$$RCA_4 = (X_{ij} / X_{it}) / (M_{ij} / M_{it}) = (X_{ij} / M_{ij}) / (X_{it} / M_{it})$$

X пен M – сәйкесінше экспорт пен импорт, i – ел, j – тауар (немесе өнеркәсіп саласы), t – тауарлар тобы (немесе өнеркәсіп саласы).

Экспортты әртараптандыру индексі (DX) деп те аталатын Хиршман Индексі белгілі бір экспорт көлемінің мөлшерінен асқанынан тауар саны анықталатын экспортты әртараптандыруды бағалауға қолданылады. DX ұлттық экономиканың сыртқы сауда шогын (есеңгіреуін) жұту қабілетін сипаттайды: жекелеген тауарлар экспортына шоғырлану жоғары болған сайын, экономиканың экспортталып отырған өнімге сұраныс пен сыртқы бағаның өзгеруін икемді қадағалау қиынырақ түседі [6]. Индекс мына формула бойынша анықталады:

$$DX = \sum [hi-hiw])/2,$$

hi – тауар үлесі i жалпы экспорт көлемінде, hiw – сол тауардың әлемдік экспорттағы үлесі.

Hj келесідей жолпен есептеледі:

$$j = \text{sqrt} [\sum (xj/Xj)2],$$

xj – j елінің экспорт өнімі, Xj – j елінің жалпы экспорт көлемі.

Жылдық экспорт көлемі 5 және 10 млн. АҚШ долл. мөлшерінен асып түссе, тауарлар позициялары саны Халықаралық сауда классификациясының стандартының үш белгілі кодын қолдану арқылы анықталады (Standart International Trade Classification – SITC) [7].

Хаусманн–Клингер тәсілі кей елдердің болашақта экспортта белгілі бір тауарға мамандану мүмкіндігін көрсететін бір өнімнен екінші өнімге ара қашықтықты санау үшін пайдаланылатын өнімнің дискретті концепциясына негізделеді [13,14]. Сондай-ақ өнімдер кеңістігі гетерогенді болып көрінді: өнімдердің өзара байланыстылығын сипаттайтын кеңістіктің бір бөлігі жоғары

тығыздыққа ие болса, кеңістіктің келесі бөлігі өнімдердің әлсіз өзара байланыстылығымен ерекшеленіп, төмен тығыздыққа ие [8].

Мамандану ықтималдылығы минимум екі шартты ықтималдылықпен есептелетін тауардың «жақындығымен» анықталады. Оның бірінішісі маманданудың a тауарынан b тауары бойынша ауысу мүмкіндігін сипаттайтын қос тауар бойынша да маманданған мемлекеттер санының a тауары бойынша маманданған мемлекеттер санына қатынасымен анықталады. Екінші шартты ықтималдылық a тауары бойынша b тауарынан маманданудың ауысу мүмкіндігін бейнелейді және ұқсас сипатта есептеледі.

Белгілі бір анықталған тауарда мемлекеттің мамандануы сол тауар бойынша салыстырмалы артықшылықтың бар екендігін білдіреді. Бұл жағдайда RCA көбірек бірлік мәнін қабылдайды, сәйкесінше, дүниежүзімен салыстырғанда с мемлекетінің жалпы экспорт көлемінде i тауарының жоғары үлеске ие болуын білдіреді. Яғни, с мемлекеті i тауары саудасында салыстырмалы артықшылыққа ие болып тұрғаны. Аталмыш қағидат төмендегідей формуламен өрнектеледі:

$$\varphi_{ijt} = \min \{P(X_{jct}), P(X_{xict})\} : X_{ict} = 1 \text{ при } RCA_{ict} > 1, X_{ict} = 0 \quad (7)$$

i – тауар, t – жыл, c – мемлекет, X i, c, t – t жылында селінде i тауар экспорты көлемі

Басқалай айтқанда: P(Xit/Xjt)c мемлекетінің t жылында i және j тауарлары үшін j тауарының мамандану шарты i тауары бойынша мамандануына өту ықтималдылығының болуы.

Болашақта c елінің тығыздық деп аталатын i тауарын экспорттауға мамандану ықтималдығы математикалық жолмен келесідей көрсетілсе болады:

$$Dens_{itc} = (\varphi_{ijt} X_{jct}) / (\varphi_{ijt})$$

Тығыздық мемлекеттің тауарлар үлесі бойынша i тауарымен қосарланған «жақындығы» арқылы өлшенген салыстырмалы артықшылыққа ие екендігін көрсетеді. Бұндай тауарлар жиынтығы мемлекеттің экспорттық қоржыны (себеті) деп аталады [12].

Елдің потенциалды экспортер етуі мүмкін барлық өнімдердің құны нәтижесінде алынған «Open forest» көрсеткішін бейнелейді. Тығыздықтың қосарланған өнімінің сомасы (тауардың экспорттық қоржынға қосылу ықтималдығы) және «тауар сапасы» (Prody көрсеткіші) ретінде тек елде анықталған бәсекелестік артықшылыққа ие емес тауарлары арқылы есептеледі:

$$OF_{ct} = \varphi_{densjct} (1 - X_{jct}) Prody_{jt},$$

$$Prody_{jt} = (\delta_{jct} GDP_{pcct}) / (\delta_{jct}), \text{ а } \delta_{jct} = X_{jct} / \varphi_{jct}$$

Алғаш рет 2005 жылы ғалымдардың ұсынған Prody-дің тауармен ассоциациялауы өнімділік

деңгейін білдіреді [9]. Бұл тәсілді Дүниежүзілік Банк сыртқы сауданы анализдеуде қолданады.

Сонымен қатар Хаусманн-Клингер тәсілі ел экспортының сапалы саласын анықтайтын Ехру көрсеткіші арқылы экспорттың артуын жобалау үшін қолданылады. Prody нақты жан басына шаққандағы ЖІӨ ретінде экспортта үлкен үлес алатын жан басына шаққандағы жоғары ЖІӨ ие елдердегі тауарлар маңызын арттырады [10].

Бұл тәсілдің интерпретациясын елдердің қандай тауар экспорттайтыны емес, оның экспорттық құрылымының әртараптығы дәрежесінің маңыздырақ деп санаған Д. Ледерман мен У. Малоуни ұсынған болатын. Олар Херфиндаль-Хиршмен индексі регрессияға қосып, экономикалық өсуге Ехру әсерінен арыла отырып мынандай қорытындыға келеді: өсімнің әлсіреуіне төмен Prody-ға ие тауарлардың экспорты емес (көбіне шикізат тауарларына қатысты), экспорттың жоғары деңгейде шоғырлануы әсер етеді [11].

XX ғасырда дамушы елдер аспектіінде ерекше қызығушылыққа ие модернизация және дамудың қуып жетуші теориясы көптеген ғалымдардың назарын аударды.

Жапон ғалымы К. Акамацудың теориясы «ұшып бара жатырған қаздар парадигмасы» Азия-Тынық мұхиты аймағында тәжірибелік дәлелдеме тапқан болатын. Теория негізінде XIX-XX ғасырларда Жапония тоқыма саласы өндірісін зерттеулер жатыр. Теорияға сәйкес зерттеу барысында үш фаза анықталған болатын. Бірінші кезеңде әр салада елге шетел тауарларының импорты басым болып табылса, екінші кезеңде ұлттық импортты алмастырушы өндірістердің импортты көлемі бойынша қуып жетіп, ұлттық сұранысты қамтамасыз етудің дамуымен импорт өсімі төмендейді, ал соңғы кезеңде өндіріс дамуының ауқымы кең болғандықтан артылған өнімдер басқа елдерге экспортқа кетеді [12]. Импорт жүйелігін графикалық түрде қарағанда, ішкі өндіріс пен экспорттың дамуын қисықтар жиынтығы арқылы бейнелеуге болады. Ол графика теорияның атына сәйкес ұшып бара жатырған қаздарды елестетеді.

Келесі зерттеулер құрылымдық қайта құрулар мен бәсекеге қабілеттіліктің артуын білдіретін аталмыш тенденцияның басқа салаларға белгілі бір уақыттан соң қайталанып келетінін анықтады. Кейбір қарастырылып отырған салаларда толық цикл 50 және одан да көп жылдарды құрады [13]. Осылайша, Акамацу парадигмасы дамыған елдер нарығындағы тауарларды ішкі нарыққа импорттау арқылы дамуға қадам жасайтын дамушы (немесе қуып жетуші) елдерді анализдеуде қолданылады. Сәйкесінше, дамушы

елдердің шұғыл экономикалық өсуі көшбасшы немесе қуып жетуші елдердің ара қатынасының динамикалық өзгеруімен түсіндіріледі. Бір топ құстарды бастап келе жатырған көшбасшы шаршап, артта қалыңқырап ұшып келе жатырған құсқа өз орнын берумен теңестірсе болады.

Коджим мен Озавтың қуып жетуші цикл теориясы. Жапон ғалымдары Акамацу парадигмасын шетел ТҰК қаржылық және технологиялық қолдау факторларын қосу арқылы кеңейтеді. Осылайша жаңа индустриалды елдер – Сингапур, Оңтүстік Корея, Тайван және т.б. сауда саясаттарының жетістіктерін түсіндіреді [14].

Қазіргі кезеңде экономист ғалымдар зерттеулерінде халықаралық сауданың негізгі қатысушылары – ұлттық экономика мен ірі фирмалардың мүдделері тоғысқан мәселелерге назар аударуда. Бұл теоретикалық бағыт мемлекет пен фирмалар деңгейінде бәсекеге қабілеттілік мәселелерін шешуге бағытталған. Осылайша, М. Портер өз еңбектерінде ұлттық экономиканың бәсекеге қабілеттілігі тауарлар мен қызмет көрсетулер шығаратын нақты кәсіпорындар арқылы қамтамасыз етілетінін көрсетеді. Сонымен қатар, кәсіпорынның мақсаты негізгі бәсекелестік артықшылыққа жететін – өнімдерді әртараптандыру мен шығындарды азайтудан тұрады [15]. Бәсекелестіктің негізгі критерийлері ретінде анықталған бәсекелестік жағдайдағы фирма стратегиясы, сұраныс шарты, қызмет көрсету салаларының деңгейі және тағы да басқа факторлы шарттар болып табылады.

Сондай-ақ М. Портер трансұлттандыру шартына сай фирмааралық сауда маңыздырақ деген қағидатты ұсынады. Себебі, елдер емес, фирмалар сату-сатып алумен айналысады.

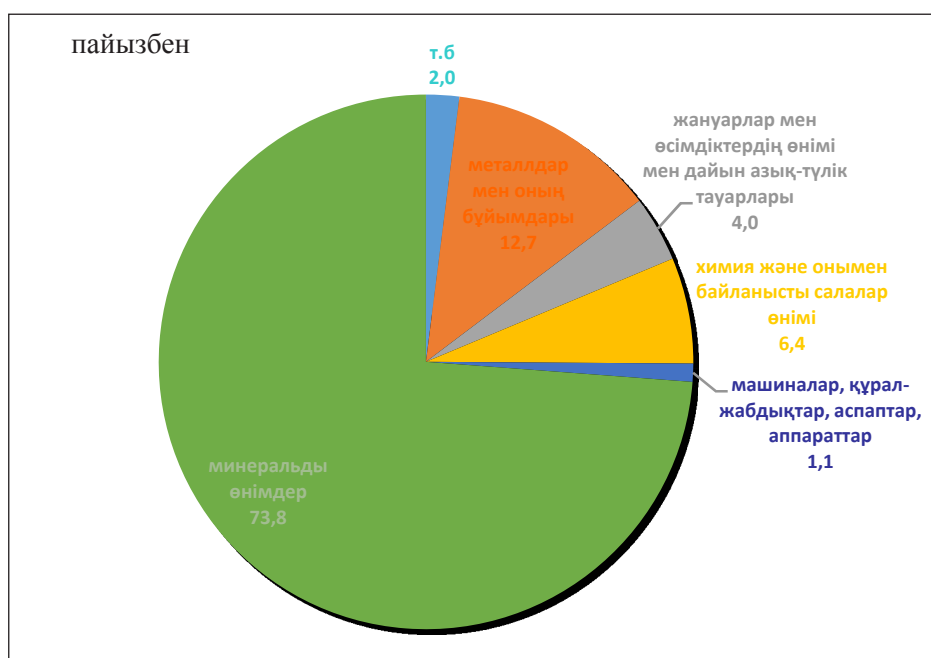
Қазіргі әлемдік нарықтағы қатал бәсекелестік жағдайында елдің бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ету үшін жекелеген кәсіпорынның табысты болуы жеткіліксіз. Себебі, бірегей технологияға ие жекелеген фирманың өзі ұлттық жеткізушілердің сенімділігі мен мықты бақталастыққа тәуелді бәсекелестік артықшылықты сақтап тұруы қиын. Осылайша, қазіргі жағдайда әлемдік нарықтағы елдің бәсекеге қабілеттілігін анықтауда өзара байланысқан салалар кластерлеріне маңызды орын бұйырған. Сәйкесінше, елдің бәсекеге қабілеттілігі экономиканың негізгі салаларының бәсекеге қабілеттілігіне тәуелді.

170 млн халқы бар ірі нарыққа ие Еуразиялық одақтың қалыптасуы шартында әр қатысушы ел үшін нарықта қандай тауарларды ұсынатыны және бірігуге қатысудың тиімділігі аса маңызды болды. Сараптама есептеулері 2015 жылға қарай

әр қатысушы елдің ЖІӨ 15% аса өсімге ие бола алатыны көрсеткен болатын [16]. Оған қоса, әр елдің әлеуетіне сәйкес 2015 жылға дейінгі ЖІӨ өсу қарқыны мен импорттық тариф бойынша кедендік пошлиналық түсімдер Ресей үшін – 400 млрд доллар, Қазақстан мен Беларусь үшін сәйкесінше шамамен 16 млрд доллардан құрайды екен [17].

Қазіргі таңда ЕАЭО мүше елдерінің экспорттық әлеуетінің жүзеге асуы тиімсіз және географиялық құрылымы да, тауар құрылымы аспектісі де жеткіліксіз дамыған. Экспорттың құрамындағы минералды өнімнің жоғары үлесі 72,4% құраған, соның ішінде Беларусьта – 55,9%,

Ресейде – 72,4%, Қазақстанда – 77,9%, ЕАЭО ұлттық экономикаларының әлемдік энергия тасымалдаушы нарықтар конъюнктурасына тәуелділікті сақтауға себептеседі. Сондай-ақ, өңдеуші салалардағы өнімнің экспорттық үлесі төмендеу үрдісіне ие және өңдеуші салалардағы өнімдер импортындағы жоғары үлеске ие бола тұра экспорттық жалпы көлемде Беларусьта – 47,8%, Ресейде – 38,4%, Қазақстанда – 18,6%. ЕАЭО әр елінің машиналар мен құралдар импорты – 30%, машина жасау өнімдері – 20%, химия өнеркәсібінің өнімдері – 16% жуық. Қызмет көрсетулердің халықаралық саудасына және ғылыми-техникалық алмасуда қатысу нашар бағалануда [18].



2-сурет – 2015 ж. Қазақстан экспортының тауар құрылымы [19]

Экспорттың географиялық құрылымында сыртқы сауда көлемінің 80% үлесі Еуропалық одақ, ТМД елдері, Қытай, АҚШ және Жапонияға тиесілі. Бұл сауда әріптестерінің экономикалық өсім қарқыны төмен екенін білдіреді. Әлемдік экономиканың тоқырауы сұраныстың азаюына әкеп соғады, ЕАЭО елдерінің негізгі экспорттық тауарлар өтімі нарықтардағы бәсекелестікті қаттайтуды туғызады.

Мұнайға әлемдік бағаның төмендеуі экономикаға қаржы түсуіне кері әсерін тигізіп, бюджет табыстарының төмендеуіне әкеліп соғады. Қазақстан өткен жылдармен салыстырғанда өз позициясын жақсартып (2008 жылы 48 орын),

2013 жылы экспорт көлемі бойынша экспорттаушы елдердің ішінде 42-ге болды. Қазақстан Республикасының статистика Агенттігінің мәліметтері бойынша 2003-2013 жылдар аралығында экспорт құрылымындағы минералды өнімдердің үлесі 64,5%-дан 80%-ға дейін өсті. ТМД елдері ішінде республика өндіруші сала өнімдерінің, ең алдымен мұнайдың есебінен экспорттың жан басына шаққандығы көрсеткіші бойынша көшбасшы орындарға ие. Шикізат емес (өңделген) экспорт көлемінің өсуі 2020 жылғы қарай ішкі нарықтың қажеттілігін мұнай өнімдерімен толық қамтамасыз етумен байланысты мұнай өңдеуші сектордың мақса-

тымен байланысты [21]. 2013 жылы өңделген тауарлар экспортының көлемі 2008 жылмен салыстырғанда 3%-ке төмендеп, 19,5 млрд. АҚШ долларын құрады. Өңделген тауарлар экспорты дамуының бәсеңдеуіне экспорттық тауарларды әртараптандыру; тауарларды экспортқа жылжытуға кеткен шығындар; қазақстандық тауарға қатысты шетел мемлекеттерінің тарифтік және тарифтік емес кедергілері; қазақстандық экспорттерлердің әлсіз ақпараттанғаны секілді факторлар әсер етеді. Қазақстанның басты сауда серіктесі болып табылатын Ресейге экспорт қазіргі таңда негізінде ауыр және өндіріс өнеркәсібінің өнімдерімен ғана шектеліп отыр. 70% дейін металлургиялық комбинаттарға арналған темір рудалық шикізат, қара метал прокаты, көмір, АЭС-на арналған уран жанармайлары, түсті металлургияға арналған шикізат құрайды.

Елдер	Экспорт көлемі, млрд. дол	% үлесі
Италия	16,1	20,5
Қытай	9,8	12,5
Нидерланды	8,7	11,2
Ресей	5,2	6,6
Франция	4,7	6,0
Швейцария	4,5	5,8
Румыния	3,2	4,0
Австрия	2,9	3,6
ТМД басқа елдері	4,6	5,9
Әлемнің басқа елдері	16,1	20,5
Жалпы экспорт	78,2	100,0

3-сурет – Елдер бойынша Қазақстанның экспорттық құрылымы [20]

Қорытындылар мен ұсыныстар

Сыртқы сауданың сапалық және сандық өсімінің анықтаушы бағыты ЕАЭО-қа мүше елдердің әлемдік экономиканың жаһандық шартында халықаралық еңбек бөлінісіне тиімді және ауқымды қатысуының экспорттық әлеуетінің әр тараптығы болып табылады.

Өңдеуші салалардың даму мәселесінің шешімі көбінде өткізу нарығында өнімдердің болуына тәуелді. Экспорттық жеткізілімдердің географиялық әр тараптығы үшін жағдай жасауы мен экспортталушы өнімнің өңделуі деңгейін арттыру мүше мемлекеттердің экономикалары

дамуына мықты күш беруі мүмкін. Сауда шарттарын жақсарту мен сыртқы сауда қатынастарын дамыту – сыртқы сауданың географиялық және тауар құрылымын жетілдіру мен көлемінің өсуіне, кеден рәсімдерін өтуге уақытша шығындарды қысқарту және мүше мемлекеттердің өзара саудасын ынталандыруға себептеседі.

Осы мақсатта қажет: ТМД-ға мүше мемлекеттермен сауданы дамытуды ынталандыру; еркін сауда туралы үшінші елдермен келісім жасау барысында мүше мемлекеттердің экономикасы үшін шығындар мен мүмкін артықшылықтарды алдын ала анализдеу; сауда саласында әкімшілік рәсімдерді жайдақтату; сыртқы нарыққа аттас өнімдерді экспорттайтын өндірушілерді бірігуін қалыптастыруды ынталандыру; өнім экспортына мемлекет тарапынан қолдау көрсету тиімділігін арттыру мен әртараптандыру; мүше мемлекеттер арасында техникалық және әкімшілік сауда кедергілерін жою бойынша жұмыстарды жалғастыру.

Интеграциялық артықшылықтарды жүзеге асырып, мүше мемлекеттердің өндірістік серіктестігіне басымдылық болып табылатын экономиканың нақты секторларының бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін: ЕАЭО шеңберінде өнеркәсіптік үйлестік пен келісілген (үйлестірілген) агроөндірістік саясат жүргізуге ұстанымдар мен тәсілдер туғызу; кооперациялардың тереңдеуі және бәсекелестік артықшылықтарын есепке ала отырып бәсекеге қабілетті өнімнің жоғары технологиялық өндірісі мен интеграция есебінен синергетикалық әсерге қол жеткізуді дамыту мақсатында мүше мемлекеттердің нақты экономика секторларының өзара толықтыруы дамуы үшін жағдай жасау; өнеркәсіптік пен агроөнеркәсіптік өндірістің инновациялық дамуын ынталандыру және жаңа технологияларды қолдануға ауысу қажет. Көрсетілген істердің іске асуы өндіріс факторларын рационалды түрде пайдалану, интеграциялық серіктестіктің кеңеюі мен мүше мемлекеттердің бәсекелестік артықшылықтарын пайдаланудың көмегімен өнеркәсіптік және агроөнеркәсіптік өндірістің тиімділігі артуына әрекеттеседі.

Экономикалық қызметтің еркіндігі мен мүше мемлекеттердің ортақ кеден территорияларында тауар нарықтарының тиімді қызметін қамтамасыз ету мақсатында ЕАЭО елдері экспортының бәсекеге қабілеттілігі мәселелерін шешу үшін: мүше мемлекеттерде кәсіпкерлік қызметті жүргізу үшін қабылданып жатырған нормативті құқықты актілерде артық әкімшілік кедергілердің болмауын реттейтін рәсімдерді

жетілдіру; бизнес үшін әкімшілік кедергілерді азайтып, кәсіпкерлік органы жақсарту, сонымен қатар лицензия алу жолдарын жеңілдету арқылы хабарлама беру тәртібін қажет ететін қызмет түрлері санын көбейту, рұқсат етуші тәртіпті қажет ететін қызмет түрлерінің санын азайту, лицензиялық – рұқсат етуші құжаттардың санын азайту, сондай-ақ мүше елдердің құзырет-

ті органдары арқылы берілген лицензияларды өзара мойындау қажет.

Бәсекелестік органы дамыту кәсіпкерлік ахуалды жақсартуға, Дүниежүзілік банк тобының «Doing Business» рейтингінде позициясын жоғарылату, экономикаларға инвестицияларды тарту және мүше мемлекеттерде экономикалық өсімнің жаңа модельдерін іске асыруға себептеседі.

Әдебиеттер

- 1 Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе. – М.: «Дело Лтд», 1994. – 750 с.
- 2 Криворотов Д. Методологические подходы к количественному анализу конкурентоспособности национальной экономики. // Банкаўскі веснік. – Верасень, 2008. – С.12-21.
- 3 Balassa, Bela (1965) «Trade Liberalisation and Revealed Comparative Advantage», The Manchester School of Economic and Social Studies, 33: 99-123.
- 4 Dimelis, S. and Gatsios, K. (1995), «Trade with Central and Eastern Europe: The Case of Greece», in R. Faini and R. Portes (eds.), EU Trade with Eastern Europe: Adjustment and Opportunities, London: CEPR. – P.83.
- 5 Greenaway, D. and Milner, C. (1993), Trade and Industrial Policy in Developing Countries: A Manual of Policy Analysis, The Macmillan Press, esp. Part IV Evaluating Comparative Advantage, 181-208.
- 6 IMD World Competitiveness Center. – http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2014-15.pdf
- 7 Hausmann R., Hwang J., Rodrik D. (2007), «What You Export Matters,» Journal of Economic Growth, Vol. 12 (1), p. 1–25.
- 8 Revealed factor intensity indices at the product level. – Policy issues in International Trade and Commodities Study. – UNCTAD – Olivier Cadot University of Lausanne, CEPR, Cepremap. – Geneva, 2010. – 59 p.
- 9 Hausmann R., Klinger B. (2006), «Structural Transformation and Patterns of Comparative Advantage in the Product Space,» Harvard University, John F. Kennedy School of Government, Research Working Paper RWP06–041.
- 10 Hausmann R., Klinger B. (2007), «The Structure of the Product Space and the Evolution of Comparative Advantage,» Harvard University, Center for International Development, Working Paper 146.
- 11 Lederman, D., Maloney W.F. (2012), «Does What You Export Matter? In Search of Empirical Guidance for Industrial Policies,» World Bank (Latin American Development series). – <https://openknowledge.worldbank.org/handle>
- 12 Троєкурова И.С. Новая стадия в «догоняющем» развитии (на примере стран-членов АТЭС) – http://economicarggu.ru/2003_2/troekurova.pdf
- 13 Иноземцев В. Пределы «догоняющего» развития. – М.: Экономика, 2005. – 295 с.
- 14 Феномен новых индустриальных стран Азии. – <http://lib.vvsu.ru/books/Bakalavr01/page0217.asp>
- 15 Портер М. Международная конкуренция. – М.: Международные отношения, 1993. – С. 33.
- 16 Российская Бизнес-газета. – №807 (25).
- 17 Экспортно-импортные операции государств Содружества. – <http://www.cisstat.com/>
- 18 Таможенные новости. Информационно-аналитическое обозрение. – № 6 (175). – 2013.
- 19 Агентство РК по статистике. – http://stat.gov.kz/faces/wcnav_externalId/homeDinamika.pokazateli;jsessionid=91ZvWdFQdsdq
- 20 Банк развития Казахстана. – http://www.kdb.kz/ru/analytics/macroeconomic_indicators/gnp/volume/
- 21 Экспортный потенциал отечественной промышленности. // XXI век. – № 17. – 2014

References

- 1 Blaug M. Economicheskaya mysl' v retrospektive. – М.: «Delo Ltd», 1994. – 750s.
- 2 Krivorotov D. Metodologicheskie podhody k kolichestvennomu analizu konkurentosposobnosti nacionalnoi ekonomiki. // Bankauski vesnik. – Verasen', 2008. – 12-21 s.
- 3 Balassa, Bela (1965) «Trade Liberalisation and Revealed Comparative Advantage», The Manchester School of Economic and Social Studies, 33: 99-123.
- 4 Dimelis, S. and Gatsios, K. (1995), «Trade with Central and Eastern Europe: The Case of Greece», in R. Faini and R. Portes (eds.), EU Trade with Eastern Europe: Adjustment and Opportunities, London: CEPR. – P.83.
- 5 Greenaway, D. and Milner, C. (1993), Trade and Industrial Policy in Developing Countries: A Manual of Policy Analysis, The Macmillan Press, esp. Part IV Evaluating Comparative Advantage, 181-208.
- 6 IMD World Competitiveness Center. – http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2014-15.pdf
- 7 Hausmann R., Hwang J., Rodrik D. (2007), «What You Export Matters,» Journal of Economic Growth, Vol. 12 (1), p. 1–25.
- 8 Revealed factor intensity indices at the product level. – Policy issues in International Trade and Commodities Study. – UNCTAD – Olivier Cadot University of Lausanne, CEPR, Cepremap. – Geneva, 2010. – 59 p.

- 9 Hausmann R., Klinger B. (2006), «Structural Transformation and Patterns of Comparative Advantage in the Product Space,» Harvard University, John F. Kennedy School of Government, Research Working Paper RWP06–041.
- 10 Hausmann R., Klinger B. (2007), «The Structure of the Product Space and the Evolution of Comparative Advantage,» Harvard University, Center for International Development, Working Paper 146.
- 11 Lederman, D., Maloney W.F. (2012), «Does What You Export Matter? In Search of Empirical Guidance for Industrial Policies,» World Bank (Latin American Development series). – <https://openknowledge.worldbank.org/handle>
- 12 Troekurova I. S. Novaya stadiya v «dogonyaucshem» razvitii (na primere stran – chlenov ATES) – http://economicarggu.ru/2003_2/troekyrova.pdf
- 13 Inozemcev V. Predely «dogonyaucshego» razvitiya. – М.: Экономика, 2005. – 295 с.
- 14 Fenomen novyh industrial'nyh stran Azii. – <http://lib.vvsu.ru/books/Bakalavr01/page0217.asp>
- 15 Porter M. Mezhdunarodnaya konkurenciya. – М.: Mezhdunarodnye otnosheniya, 1993. – 33 с.
- 16 Rossiiskaya Biznes-gazeta. – №807 (25).
- 17 Internet-portal SNG. – www.e-cis.info/news.php?id=3502
- 20 Tamozhennye novosti. Informacoinno-analiticheskoe obozrenie. – № 6 (175). – 2013.
- 21 Agenstvo RK po statistike. – http://stat.gov.kz/faces/wcnav_externalId/homeDinamika.pokazateli;jsessionid=91ZvWdFQdsdq
- 22 Bank razvitiya Kazakhstana. – http://www.kdb.kz/ru/analytics/macroeconomic_indicators/gnp/volume/
- 23 Exportnyi potencial otechestvennoi promyshlennosti. // XXI vek. – № 17. – 2014.