

4. Гаспарян В. Цепочка поставок в рамках omnichannel-ритейла. ПЛАС-Форум «Online&Offline Retail 2016» // По данным исследовательской компании Deloitte. [Электронный ресурс]: <https://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/consumerbusiness/articles/2016/online-offline-retail-forum.html> (дата обращения: 11.03.2016).

5. Сабирова Р.К., Жұмағұлова М.М., Лұқпанова М.А., Ахметова А.Ж. Х.Досмұхамедов атындағы Атырау мемлекеттік университетінің Хабаршысы №3 (4 б), 2017.-С.195-199

Abstract

The article presents the features of retail and online trade, considers retail trade as one of the dynamic segments of the economy of Kazakhstan, and logistics is presented as an important factor in differentiating the product and service offer of online retail.

Key words: retail, trunk logistics, Internet logistics, multi-channel trade, offline store, internet marketing.

Аннотация

В статье представлены особенности розничной и интернет торговли, рассмотрена розничная торговля как один из динамичных сегментов экономики Казахстана, а также логистика представлена как важный фактор дифференциации продуктово-сервисного предложения онлайн-ритейла.

Ключевые слова: розничная торговля, интернет-логистика, магистральная логистика, многоканальная торговля, офлайн-магазин, интернет-маркетинг.

ҒТАМР 04.15.23

Адиетова Э.М., Жамбылова Г.Ж., Салауатұлы Н., Умирбаева А.

Х.Досмұхамедов атындағы Атырау мемлекеттік университеті
Атырау қ., Қазақстан Республикасы

adiet_elm79@mail.ru, Alima-83@mail.ru

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДА ӨҢІРЛІК ЭКОНОМИКАНЫ БАСҚАРУДА ЖЕЛІЛІК ӘДІСТЕРДІҢ ЖЕҢІЛ ӨНЕРКӘСІПТЕ ҚОЛДАНЫЛУ ЖАҒДАЙЛАРЫ

Аңдатпа

Мақалада Қазақстан Республикасында өңірлік экономиканы басқаруда желілік әдістердің жеңіл өнеркәсіпте қолданылу жағдайлары атап көрсетілген, желілік әдістердің жеңіл өнеркәсіпте қолданылудың факторын

белсенді іске қосуды талап етеді. Өңірлік экономиканы басқаруда желілік әдістердің жеңіл өнеркәсіпте қолданылудың басты міндеті өңірлерді одан әрі дамытудың басымды бағыттарын анықтау болып табылады, бұл басқару құрылымын қоса алғанда, қабылданған стратегиялық жоспарлардың қағидаттары мен әдістерін ұсынуды және іске асырудың тиісті тетігін құруды талап етеді.

Негізгі сөздер: жеңіл өнеркәсіп, тұтынушылық кооперация, ақпараттық – технологиялық инфрақұрылым.

Экономиканың өңірлендірілуі және тауарлар мен қызметтердің әлемдік нарықтарының жаһандануы жағдайында өңірлер бәсекенің жеке субъектілері қызметін атқарады. Нарықтың механизмнің қалыптасқан жағдайында өңірлер өзара инвестициялық ресурстарға ие болуға, кәсіпорынды тартуға, нарыққа орналастыруға, сондай-ақ ресурстар көздерін тартуға үлкен күреске түседі. Осы жағдайда өңірлер ұлттық және халықаралық нарықтарда оның жеке субъектісі ретінде бақталастық басталады.

Сондықтанда өңірлердің бәсекеге қабілеттілігі өзектілігін жоймаған мәселе болып табылады.

ҚР Үкіметінің ең басты мақсаты өңірлердің өндірістік базасын шоғырландыру арқылы, экономиканың басқа салаларын өзара байланыстыра отырып дамыту болып табылады. Қоғамның заманауи сипаттамасы жан – жақты ақпараттандыру және өндірістік үдерістерді желі арқылы басқаруды жүзеге асыру болып табылады. Өндіріс көлемі артқан сайын ақпараттық коммуникациялық технологиялар көлемі де артып отыр. Сонымен қатар ғаламтордың жаһандық желісі экономикаға толығымен еніп кетті. Соңғы 2 онжылдық тәжірибесі көрсеткеніндей жоғарыда аталған үдерістер өндіріс қарқындылығының болуының, алмастыру мен тұтынуының нәтижесінде жеке, ұжымдық және қоғамдық қажеттіліктің толық қанағаттандырылуының негізгі факторы болып табылады.

Қазіргі жағдайда көптеген мамандар және шетелдік экономистер жаңа экономиканың орнын сандық экономика басқандығын мойындайды. Жаңа экономикалық құбылыстарды игері келесі жағдайлардың жылдамдығын арттырып отыр: экономиканы басқару жылдамдығы мен сапасы, құқықтық кеңістікті және бизнесті жүргізу ережесін реттеу, инновациялық өнімдерді генерациялау, сандық экономика негізінде сервистер мен қызметтерді басқару. Нәтижесінде жалпы экономика ҚР-ның өңірлерінің әлеуметтік-экономикалық дамуын басқару әдістерінің өзгерісін талап етті.

Американ экономистерінің зерттеулеріне сүйене отырып, олар «жаңа экономика», «ғаламтор экономика», «Net экономика», «веб экономика», «сандық экономика», «электронды коммерция», «материалдық емес экономика» және т.б.терминдерді қолдана отырып, заманауи экономиканы жаңа қырынан көрсетуге тырысты. Өңірлердің әлеуметтік – экономикалық бәсекеге қабілеттілігін басқаруда экономикалық қатынастардың техносандық табиғаты сандық экономиканың айрықша белгісі болып табылады. Ғылыми –

техникалық және экономикалық үдерістердің әсерінен нарық механизмдегі, оның ішінде бизнесті жүргізу, дәстүрлі экономикалық қағидаларды ескеру, жаңа заңдылықтың пайда болуы секілді елеулі өзгерістер жүзеге асырылады.

2018 жылдың 5 қазанындағы Елбасының «Қазақстандықтардың әл – ауқатының өсуі: табыс пен тұрмыс сапасын арттыру» бағдарламасына сәйкес, елді жаңғырту шараларын қолға алды. Жаңғыртудың басты міндеті – Қазақстанның жаһандық бәсекеге қабілетін қамтамасыз ететін экономикалық өсімнің жаңа моделін құру. Жаңа үлгінің бірі ҚР-ның өңірлерінің экономикасын басқаруда желілік, оның ішінде ақпараттық желілерді қолдау болып табылады [1].

Экономиканың жаһандануы, материалдық кеңістіктің «жоғалуы» өндіріс және уақыт факторын өзгертті. Уақыт қоғамдық өндіріс категориясы ретінде өндірістің құндық бағасын анықтады. Бірақ уақыт құны күннен – күнге өсіп келеді. Жоғары технологиялық салалардың дамуымен байланысты, шаруашылық қызметті ұйымдастырудың (желілік) қалыптасуымен байланысты экономиканың құрылымдық өзгерістері нарықтық механизмнің жетілуінде пайда болды. Ақпараттардың ресурс ретіндегі ролі артты. Оны тиімді өңдеу мүмкіндігі және қолдану экономика субъектісінің бәсекеге қабілетіне, шығындар деңгейіне әсер етеді, ақпараттық фактордың тауар және қызмет құнына әсер етуі артады.

Қазақстан Республикасының экономикалық дамуын басқарудағы желілік әдістердің қолданылу жағдайлары жекелеп алғанда жеңіл өнеркәсіп оның ішінде тамақ өнеркәсібі мен ауыл шаруашылық аясында қарастырылды.

Тамақ өнеркәсібінің басты мақсаты қоғамның азық - түлікке деген қажеттілігін қанағаттандыру, азық - түліктің қауіпсіздігін қамтамасыз ету болып табылады [2].

Азық - түлік өнеркәсібінің сапалы әрі тиімді формада дамуы адам денсаулығына тікелей байланысты. Тамақ өнеркәсібінің ерекшелігі сол, бұл өнеркәсіп түрі аграрлық өнімдерді өндіру үдерісінде қосылған құнды көрсетеді. Бірақ нақты ел бойынша оны жіктеуге болады. Қазақстан үшін тамақ өнеркәсібі келесідей жіктеледі.

Жергілікті шикізат өндірісі. Қазақстан Республикасындағы тамақ өнеркәсібінің үлесі АӨК үлесімен тәуекелділікте болады.

Ұлттық агроөнеркәсіптік кешен жүйесі келесі құрылымдық элементтерден тұрады:

- ауыл шаруашылық, мұнда өз өңірлерімізде бар мал және өсімдік шаруашылығы аясында өңдеу үшін ауыл шаруашылық шикізаттың әр түрі қолданылады. (бидай, техникалық мәдени өсімдіктер, мал шаруашылығы өнімінің көптеген түрлері), тұтынушыға балғын күйінде жеткізілілетін азық - түлік өнімдері (картоп, жемістер, жидектер, жүзім, жұмыртқа, сүт) мал шаруашылығына арналған жем - шөп азығы;

- өңдеуші өнеркәсіп (жеңіл, тамақ, ұн, жем – шөп салалары, тамақ өнімдерін, онымен қоса алғанда сусын және темекі, теріден жасалған бұйым, текстиль және талшықтар).

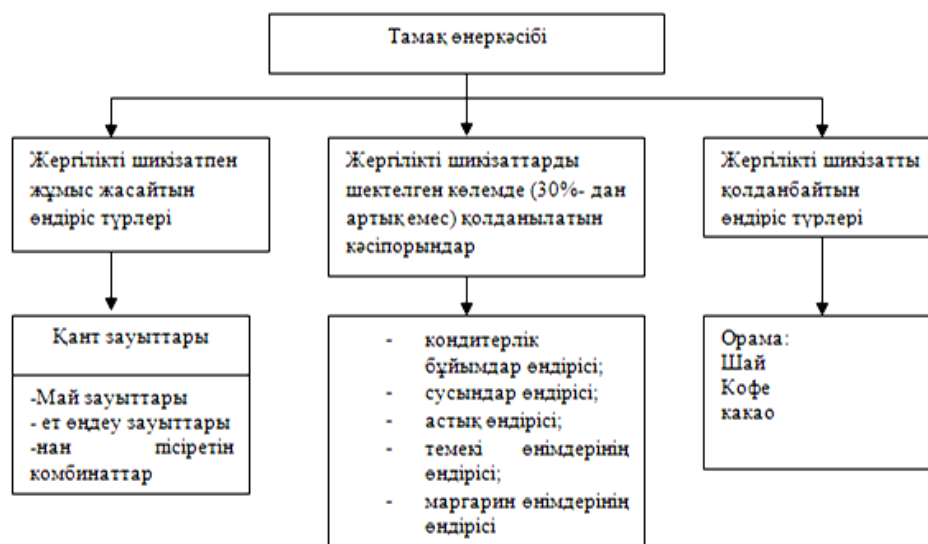
- үй шаруашылығын, АӨК-нің әр түрлі өнімдерін қоса алғанда көтерме және бөлшек саудаға, қоғамдық тамақтануға сәйкес жүйедегі азық – түлік нарығы;

- ауыл шаруашылығына, орман және балық шаруашылығына, өңдеу өнеркәсібіне әр түрлі тауарларды ұсынатын және өндіретін салаларды инфрақұрылыммен, ресурспен қамтамасыз ету;

- агроөнеркәсіптік кешеннің ерекше жүйесі ауылдағы тұтынушылық кооперация болып табылады. Өйткені онда ауыл шаруашылық тауарлар бар.

Сонымен ауыл шаруашылығы кешені келесі салаларға тікелей байланысты, әрі тәуелді:

- Азық - түлік кешені;
- тұтынушылық кооперация;
- ресурспен қамтамасыз етуші және ақпараттық – технологиялық инфрақұрылым немесе өңдеуші өнеркәсіп.



1 сурет - Жергілікті шикізат белгілері бойынша Қазақстан Республикасындағы тамақ өнеркәсіптік салалардың жіктелуі

Бұл салалар бір – бірімен тікелей байланысты. АӨК саласында тамақ өнеркәсібі ауыл шаруашылығымен байланыста болу себебі: тамақ өнеркәсібі бойынша дайын өнім алу үшін ауыл шаруашылық шикізат қажет.

АҚШ, Канада, Австрия секілді даму деңгейі жоғары елдердің тәжірибесінен байқағанымыздай, дамыған елдер экономикасы аталған дәстүрлі саланы толығымен өзгеріске ұшыратты. Қазіргі заманғы геоақпараттық жүйелер және т.б деректерден алынған үлкен көлемдегі

мәліметтер қолда бар ресурстарды оптималды қолдана отырып, егіннен үлкен көлемде табыс алуға болатындығын көрсетті. Заттардың өнеркәсіптік интернетті қашықтықтан басқару әдісін қолдана отырып автоматтандырылған фермаларды жүзеге асыруға жағдай жасайды. Электронды сауда және логистикалық дамыған жүйесі аз ғана фермерлік шаруаның өзімен ғана сатып алушыға жеткізілетін ауыл шаруашылық өнімдерінің өзіндік құнын азайтуға болады. Бұл жағдайдың орын алуы экологиялық таза өнім өндірісін сақтау және дамыту факторы бола отырып, ұлттық денсаулықты сақтайды, экспорттық әлеуетті жүзеге асырады [3].

Бүгінгі күнде ҚР-ғы ауыл шаруашылық тауар өндірушілер өңірлердің экономикасын басқару құралы желіні қолдану шамасы аз болып отыр. Ауыл шаруашылық жерлерді қолдану тиімділігі артпай отыр. Оған 2 себеп болуы мүмкін: ауылшаруашылық жерлерді қолдану деңгейі төмен, ауылшаруашылық жерлер белгіленуі бойынша қолданылмайды. Бұл жағдайларды бақылау өте қиын. Балық шаруашылығын алсақта, балық аулау саны нақты белгісіз. Экономиканың осы салалары желі арқылы басқарған тиімді екендігі тағы да дәлелденіп отыр. Бүгінгі күнде ақпараттық - коммуникативтік инфрақұрылым экономикалық жетілудің ең маңызды бөлігіне қалыптасуда.

Бұл инфрақұрылымның дамыған түрі экономиканы ғаламтор желісі арқылы басқару. Бағдарлама бойынша жат аймақта орналасқан елді мекендер, ауылдық жерлерде де осы желіні іске қосу қолға алынатын болады. Мысалы, Канадада сандық экономиканың негізінде ауылдық және оқшауланған 280 мың үй шаруашылығына ғаламтор желісі инвестиция арқылы іске қосылды. ҚР-ның ҰЭМ статистика Комитетінің деректеріне сүйенсек 2016 жылы 6-74 жас аралығындағы ғаламторды қолданушылар саны 72% 6 ал 2018 жылы 72%.

Негізінде ауылдық елді мекендерде желі арқылы мәліметтер мен деректердің тарауы бойынша артта қалып отыр. Қала бойынша желіні қолданушылар 82% болса, ауылдық елді мекендерде 52,7% болып отыр. Әлемдік тәжірибе бойынша бұл мәселені жою үшін ғарыштық байланысты дамыту қажет.

Елдегі азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету үшін ауыл шаруашылық саласын желі арқылы басқаруды жүзеге асыру қажет. Дегенменде басқа салаларға қарағанда, ауыл шаруашылық саласын желі арқылы басқару дұрыс жолға қойылмай отыр, Мемлекеттік билік органдары ауыл шаруашылық саласын автоматтандыруға бағытталған мониторинг шараларды жүзеге асырылады. Бүгінгі күнде фермерлік шаруашылықтар метеорологиялық станцияларды қоса алғанда, «дәл құнарлы жерге егу» жобасын жүзеге асыруда. Аграрлық өнімдерді сатуды дамыту үшін фермерлер, көтерме - таратушы орталықтар, сауда желілері, азық-түлік қорларының нарықтары арасында электронды сауда арқылы жүзеге асыратын желілік басқару жүзеге асырылатын болады [4].

Ал тамақ өнеркәсібі келесі салалардан тұрады:

- сүт - сүт және сүт өнімдері алынады, сонымен қатар май алынады, техникалық және парфюмерлік компоненттерде қолданылады;
- ет - мал жануарларының шикізатынан алынады. Ет және ет өнімдері өндіріледі, кейде дәрі қоспаларына қосылады;
- балық - өзен, көл, теңізден аулау арқылы алынады;
- тұз - жер асты қабатынан алады;
- нан өнімдері - бидай, т.б. мәдени дәнді дақылдар қолданылады.

Жергілікті шикізатты шектелген көлемде қолданатын өндіріс (материалдық активтерді қолдану 30% - дан аспайды).

Бұл топта шикізатты сырттан алатын объектілер жұмыс жасайды. Олар өнімді жеткізу порттарына, темір жол буындарына, ірі өнеркәсіп орталықтарға, астаналарға негізделген.

Өндірілетін өнім. Мысалы кондитерлік бұйымдар, сусындар, ұн өнімдерін өндіретін кәсіпорындар, темекі өнеркәсібі.

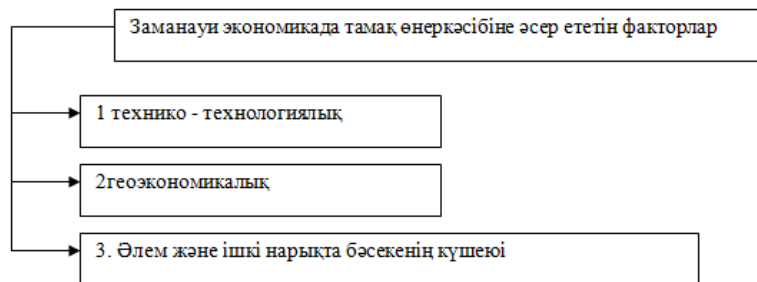
Жергілікті шикізатты қолданбайтын өндіріс орындары – бұл топқа да тек сырттан тауар әкелетін кәсіпорын жұмыс жасайды. Олардың негізгі қызмет түрлері: дайын шикізатты орау. Мұндай салаларға Қазақстанның какао, кофе және шай өндірісін жатқызуға болады [5]. Тамақ өнеркәсібі 20-30 жыл ішінде келесі факторлар әсерінен өзгеріске ұшырады. Бірінші фактор – технико - технологиялық фактор - дайын өнімді өңдеумен сақтаудың (мұз күйіне дейін қатыру, вакуумдық орама, консерванттардың қолданылуы, прибиотиканың қосылуы және т.б.) инновациялық технологиясы.

Бұл технологиялар тамақ өнеркәсібінде азық- түлік түрін кеңейтті және жіктеді. Сонымен қатар, үй шаруашылығында тамақ дайындауға кететін уақытты үнемдеуді, туристердің қолданатын тамақтарында кеңейтті.

Тамақ өнеркәсіптегі жартылай фабрикаттар өндірістің пайда болуы (мысалы, жеміс - жидектің мұздатылған түрлерінің кеспелері, пиццаның мұздатқышта қатырлыған түрі, дайын пельмендердің) азық – түлік нарығының ажырағысыз бөлігіне айналды.

2 фактор - геосаяси факторлар - дамыған елдердегі өнімдер қатарында адам денсаулығына зиян өндірістің пайда болуы.

Бір жағынан алып қарасақ, дамымаған немесе орта шамада дамыған елдерде дәстүрлі тамақ өнеркәсібі үлесі әлі де артып отыр, ал дамыған елдерде дәстүрлі тамақ өнеркәсібі үлесі әліде артып отыр, ал дамыған елдерде азайып барады, себептерінің бірі дамыған елдер салауатты өмір салтына көшуде. Ал, керісінше дамушы елдерде темекі, қант, сыра және т.б. өндіріс түрлері дамуда. Қант өнімінің көп бөлігі дамыған елдерден келеді. Ең ірі экспорттерлары Бразилия, Куба, Австрия, Тайланд, Нидерланд, ГФР және т.б. Темекі тұтыну көлемі бойынша Түркия, Ресей және Қазақстан елдері алда келе жатыр [6].



2 сурет - Тамақ өнеркәсібіне әсер ететін факторлар

Бірақ даму деңгейлері жоғары елдерде әр түрлі жартылай фабрикат өндірісі дамып отыр. Бүгінгі күнде тамақ өнеркәсібін дамытып отырған салалардың бірі осы жартылай фабрикаттар өндірісі болып табылады. Дамушы елдерде консервілік өнеркәсіп (сусын, жеміс - жидек консервісі) және аз көлемде ет және балық өнімдеріне деген сұраныс артып отыр.

3 фактор - ішкі және сыртқы нарықта бәсекенің күшеюі. А) Ұсыныс жасайтын субъектілер санының артуы (Калифорнияның, Чили винолары, қытай сырасының пайда болуы). Нарықта дәстүрлі еуропалық өнім өндірушілерге қарағанда сапалы өнім ұсыну арқылы әлемдік нарыққа шығу.

Ә) Өнімнің жоғары сапалы екендігін куәландыратын қауіпті факторларды анықтау (НАССР) стандарттың жаппай нарыққа енгізілуі.

Тамақ өнімдері нарығында бәсекенің жоғары деңгейінің болуы халықаралық деңгейдегі 9000 сериялы ISO стандарттың пайда болуы.

Қазақстан Республикасындағы тамақ өнімдерін өндіретін кәсіпорынның осы стандартқа тәуелді болуының себебі – осы стандарт негізінде көптеген кәсіпорындар саны 20000-ға жетті. Бұл сонымен қатар тұтынушының, мемлекеттік құрылымдардың талабы, басшылықтың нарықта өз жағдайын нығайтуға ұмтылуы, сапаны басқару жүйесін еңгізу және т.с.с. Ал қазіргі кезеңде ҚР нарығында келесі стандарттар қолданылады.

1. ISO 9001:2000
2. ISO 14001:2004
3. OHSAS 18001:1999
4. НАССР
5. ISO 22000:2005

Тамақ өнеркәсібіндегі сапаға қатысты стандарттың барлығы ISO 9001 стандартына негізделеді.

Б) Бизнес субъектілерінің ресми немесе корпоративті интеграциясы.

Заманауи әлем өңірлік экономикалық бірлестіктерді қалыптастыратын күрделі өзара байланыспен сипатталады. Дегенменде өңірлік экономикалық интеграция ерекше роль ойнайды.

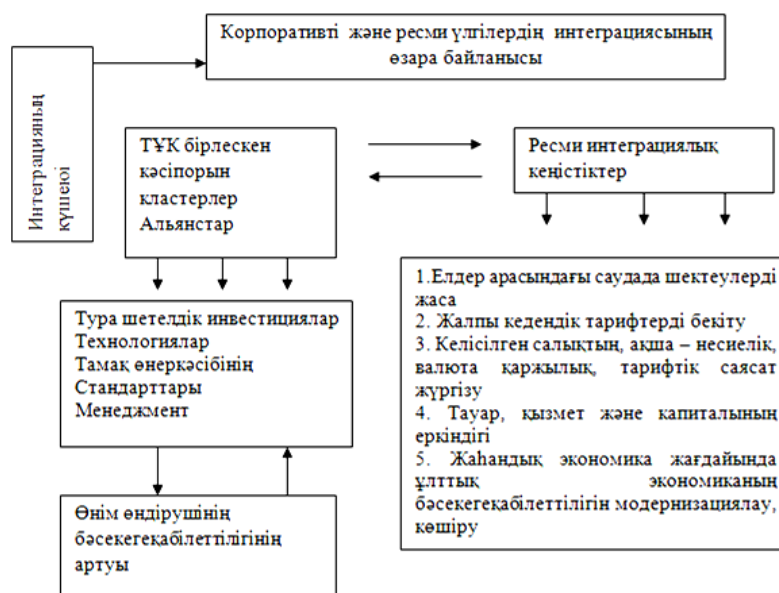
А.Рэгмонның зерттеуіне сүйенсек, әлемдегі ірі корпорацияның айналымының 72% өңірлерінің үлесінде. Әр өңірде интеграциясының

корпоратив үлгісі әр түрлі нәтижеге ие болды. Негізінен өзара әрекет етудің 3 үлгісін бөліп көрсетуге болады.

Біріншіден, шетелдік компанияларымен біріге отырып өңірлер субъектілерінің өзара әрекетін қалыптастыру интеграциясының бірлестіктерді қалыптастыруда, қозғаушы күш болып табылады. Бір жағынан корпоративтік құрылымдар шектеулерді, сауда кедергілерін жоюға өздері де мүдделі болып отыр. Сәйкесінше өңірлік интеграция саясатын қолдайды. Ал екінші жағынан мемлекеттің өзі жеке бизнестің әрекетін бақылау үшін нәтижені мүмкіндіктерді пайдалануға тырысады.

Сонымен қатар, корпоративтік интеграция басқа өңірлерде осындай топтың болуын көздейді. Өйткені бизнестің өңірлік мамандануы олардың басқа өңірлерге, аймақтарға интеграциясын тура шетелдік инвестицияны тарту құралы ретінде қолданады. Екіншіден, корпоративтік интеграция ресми интеграциялық топтардың субститі болуы мүмкін. Басқаша айтқанда, корпоративтік интеграция әлемдік экономикаға кедергілерді жоюға қолдау береді [7]. Үшіншіден, корпоративтік интеграцияның интенсификациясы ресми өңірлік экономикалық интеграцияның нәтижесі болып табылады. Бұл жағдайда екі түрлі механизм әрекет етеді. Біріншіден, интеграцияның инициатива нақты институттар мен режимдердің өзара экономикалық қызметінің гипотезасы болып табылады, яғни корпорация бұрын соңды өзі үшін жабық болған экономикамен етене араласады. Сондықтанда ТҰК экономикасының сауда тұрақтылығының формасы болып табылады. Сонымен, тамақ өнеркәсібіндегі кәсіпкерлікті дамытуда келесідей қорытынды жасауға болады:- тамақ өнеркәсібінің даму ерекшеліктері техноко – технологиялық, геоэкономикалық және бәсекелік факторлармен тікелей байланысты.

- интеграцияның 2 формасы бір - бірінен тәуелсіз жүзеге асырылады, бірақ корпоративтік интеграцияның ресми бекітілуі маңыздылыққа ие, себебі біріккен кәсіпорын, сауда альянстары және іскерлік желілер қалыптасу формасындағы корпоративтік өзара байланысты тұрақтандырады және жеңілдетеді;



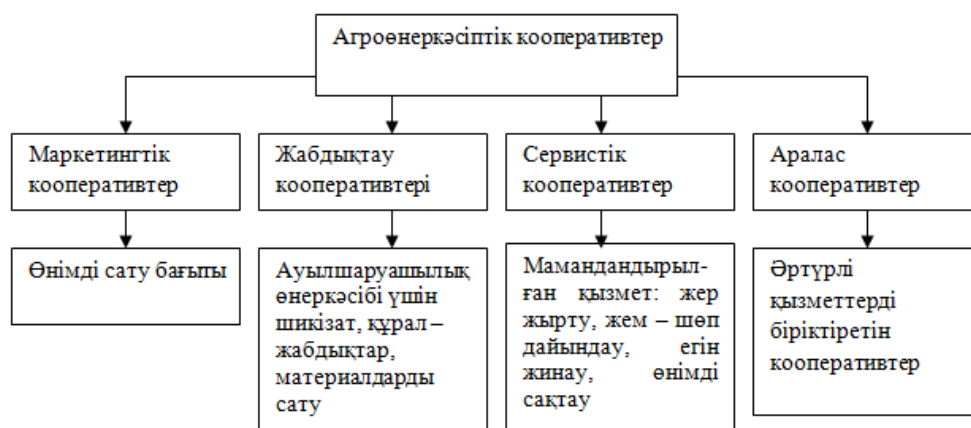
3 сурет - Экономикаға интеграцияның корпоративті және ресми үлгілерінің өзара байланысы

Тамақ өнеркәсіптік желілік басқару өңірге тікелей байланысты (себебі ауылшаруашылығы тамақ өнеркәсібінің шикізат базасы болып табылады).



4 сурет - Тамақ өнеркәсібіндегі интеграцияның құрылымдық түрлері

Қызмет көрсету мақсатына байланысты агроөнеркәсіптік кооперативтің 4 түрін көрсетуге болады.



5 сурет - Агроөнеркәсіптік кооперативтер

Қазіргі кезеңде әлемдік экономикалық жүйенің қарқынды дамуы ғылымды қажетсінетін өнімдер мен оны өндіретін технологияларды тиімді құру және пайдалануға байланысты. Ол үшін негізделген ғылыми-зерттеулер жүргізу қажет және олардың нәтижелерін шұғыл түрде өндіріске енгізу үлкен жетістік. Сонымен, ғылымда жаңа технологиялық бағыттар пайда болады. Осылардың бәрін дұрыс бағытқа салу, тиімді пайдаланып нақтылы нәтижеге жету үшін арнайы инфрақұрылым қажет [8].

Әдебиеттер тізімі:

1. Елбасының «Қазақстандықтардың әл – ауқатының өсуі: табыс пен тұрмыс сапасын арттыру» Жолдауы. 5.10.2018 жыл.
2. Абашина, М.А. Стратегический альянс как форма инновационной интеграции предприятий / М.А. Абашина // Вопросы экономики и права. – 2011. – № 3. – С.193–197.
3. Абрамов, В.Л. Маркетинговое управление конкурентоспособностью экономических систем: автореф.д.э.н / В.Л. Абрамов. – М., 2005. – С.44
4. Кетова, Н.П. Капитализация локальных ресурсов регионов России – ключевая стратегия модернизации их экономик / Н.П. Кетова, В.Н. Овчинников, Ю.С. Колесников // Стратегия модернизации России: проблемы становления правового государства и эффективной инновационной экономики / под ред. Р.М. Нуреева, А.О. Иншаковой, В.В. Сорокожердьева. – М.: изд-во «Современная экономика и право», 2012.
5. Кирдина, С. Институциональная структура современной России: эволюционная модернизация / С. Кирдина // Вопросы экономики. – 2004.- № 10. -С. 88-99.
6. Клейнер, Г.Б. Синтез стратегии кластера на основе системно-интеграционной теории / Г.Б. Клейнер, Р.М. Качалов, Н.Б. Нагрудная // Наука – Образование – Инновации. – 2008. – № 7. – С.7–12.
7. Кобзев, В.В. Инструментарий управления высокотехнологичным

производством промышленных предприятий на основе имитационного моделирования/ В.В.Кобзев, А.Е.Радаев // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Сер. «Экономические науки». – 2013. – № 6 (185). – С.138–144.

8. Адиетова Э.М., Каби Н.Б. Қазақстан аймақтарын индустриалды дамыту: инновациялық технологияны енгізу. Х.Досмұхамедов атындағы Атырау мемлекеттік университетінің Хабаршысы №1(44), 2017, 173-178 б.

Аннотация

В статье указаны условия применения в легкой промышленности сетевых методов управления региональной экономикой в Республике Казахстан, требуют активного запуска фактора применения сетевых методов в легкой промышленности. Главной задачей применения сетевых методов в управлении региональной экономикой в легкой промышленности является определение приоритетных направлений дальнейшего развития регионов, что требует представления принципов и методов принятых стратегических планов, включая структуру управления, и создания соответствующего механизма реализации.

Ключевые слова: легкая промышленность, потребительская кооперация, информационно – технологическая инфраструктура.

Abstract

The article describes the conditions of application in light industry of network methods of regional economy management in the Republic of Kazakhstan, require active launch of the factor of application of network methods in light industry. The main task of applying network methods in the management of the regional economy in light industry is to identify priority areas for further development of the regions, which requires the presentation of the principles and methods of the adopted strategic plans, including the management structure, and the creation of an appropriate implementation mechanism.

Key words: light industry, consumer cooperation, information technology infrastructure.