DOI: 10.17117/na.2015.11.01.489

Поступила (Received): 27.11.2015

<http://ucom.ru/doc/na.2015.11.01.489.pdf>

Садыкова А.А. Повышение конкурентоспособности предприятия

Sadykova A.A. Improving the competitiveness of enterprises

Основной суть этой статьи – это конкурентоспособность предприятия. Понятие «Конкурентоспособность» полностью открыто обозрела. В том числе, дано полное описание на требования и целей «Конкурентоспособности». А также можно посмотреть несколько факторов «Конкурентоспособности». Чтобы предотвратить конкурентов на рынке, производителям и предпринимателям, даны примеры их действия

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкуренция, рынок, предприниматели, продукт

Садыкова Алтынай Алмаханкызы

Магистр, Бухгалтер

Казахский национальный педагогический университет им. Абая

Казахстан, г. Алматы, пр. Достык, 13

The main point that this article cover is enterprise and competitiveness of the product. Profoundly explained the appellation "Competition". Inclusively, given well-defined description for aims and requirements of competition. Including, clearly shown some factors of competition. Also, illustrated examples of how to act in the to market entrepreneurs and producers in order to compels with their opponents.

Key words: competitiveness, competition, market, entrepreneurs, producers

Sadykova Altynai Almakhankyzy

Master, Accountant

Kazakh national pedagogical university named Abai Kazakhstan, Almaty, Dostyk ave., 13

Ғаламдану жағдайында барлық елдердің негізгі міндеті ұлттық шаруашылық пен жекелеген экономикалық субъектілердің бәсекелес қабілетін қалыптастыру және қолдау болып табылады. Нарықтық талаптардың ерекшеліктерін ескере отырып, мемлекеттің ішкі экономикалық мүмкіндіктері мен өндірістік ахуалын одан ары жақсарту мақсатында жаңа бағыттар белгіленуде. Өндірісті жаңаша құрудың, шығарылатын өнімдердің сұранысын арттырудың маңыздылығы да артуда. Ел экономикасындағы нақты саланың дамуын қамтамасыз етуде отандық өндірушілердің өнімдерін әлемдік нарықтың сұранысына сәйкестендіру бағытында атқарылатын іс-шаралардың тобына шығарылатын өнімдердің бәсекелік қабілетін қамтамасыз ету мәселесін жатқызуға болады. Қазіргі кезде өзекті болып отырған мемлекеттің экономикалық, азық-түлік қауіпсіздігін қалыптастыру әрекеттері де сыртқы өндірушілердің ұқсас өнімдеріне төтеп бере алатын отандық өнімдердің өндірілуіне тәуелді. Сонымен қатар, тұтыну нарығындағы өскелең талаптар да отандық тауар өндірушілерге шығаратын өнімдерінің бәсекелік қабілетін арттыру мәселесін алдыңғы қатарға қойып отыр. Мұның өзі бәсекелік ортаның

дамуына, өндірілетін өнімнің сапасын жоғарылатуға, бағаны төмендетуге ықпалын тигізіп, тұтынушылардың кең көлемді сұранысын қанағаттандыруға итермелейді. Бәсекеге қабілетті өнім шығару кәсіпорынның, саланың дамуына ықпал ететін негізгі фактор екенін уақыттың өзі дәлелдеуде [1].

Бәсекеге қабілеттілік — өнеркәсіптік өнімнің құндық және сапалық параметрлерін ғана қамтымай, сондай-ақ кәсіпорын қызметіндегі инвестиция мен инновациялық басқаруға, менеджмент деңгейіне тәуелді жан-жақты ұғым. Кең мағынада бәсекеге қабілеттілік бұл – күрделі нарықтық жағдайдағы жұмыс философиясы. Ең алдымен ол тұтынушының қажеттілігін білу мен қанағаттандыру; нарықтың дамуы мен жағдайды түсіну; бәсекелестердің мүмкіндіктері мен қимылдарын алдын-ала білуіне бағытталған. Өнімнің бәсекеге қабілеттілігін оны басқа өніммен салыстырғанда ғана анықталады, бұл салыстырмалы көрсеткіш болып табылады. Ол берілген тауардың басқа тауарынан белгілі бір қажеттілікті қанағаттандыру дәрежесі бойынша айырмашылығын көрсетеді. Тауардың бәсекеге қабілеттілігін анықтау үшін белгілі бір қажеттілікке сәйкес келу дәрежесі бойынша басқа тауарлармен салыстырып қана қоймай, сонымен бірге тұтынушының тауарға жұмсаған шығыны мен өз қажеттілігін қанағаттандыру үшін оның әрі қарай қолданылуы деп есептеледі. Әрбір мемлекеттің, тұтынушының экономикалық және әлеуметтік өмірі оның қаншалықты табысты шешілуіне қарай байланысты. Бұл жағдайда өз бәсекелестерінің іс әрекеттері сипатын бағалау жүйесін, оның ішінде олардың іс-әрекеттерінің құрылымдық талдауын көруге болады [2].

Өңдеу өнеркәсібінде бәсекеге қабілетті экспортқа шығарылатын тауарлар мен қызмет көрсету өндірісі Қазақстан Республикасының 2003-2015 жылдарға арналған индустриалды-инновациялық дамуының мемлекеттік бағдарламасының басты мәні болып табылады. Индустриалды-инновациялық даму бағдарламасының негізгі міндеттері: ғылыми көлемді және жоғары технологиялық экспортты өндірістердің құрылуына жағдай жасау; жоғары құнды қызмет көрсету мен тауарлар пайдасына сай елдің экспортты деңгейін диверсификациялау инновациялық үрдістермен бірігіп, әлемдік шаруашылық жүйесіне интеграциялау. Қазіргі заманғы кәсіпорындар өздерінің бәсеке бағытын нығайту үшін әлемдік нарықтың жоғарылап келе жатқан талаптары, тұтынушылық сұраныстың дифференциалануы, инновациялық айналымдардың азаю қажеттілігі және өндіріске ғылыми-техникалық жетістіктерді еңгізу мәселелерімен бетпе-бет кездесуде. Ғаламдық даму үдерімінің қазіргі кезеңінде қолда бар жетістіктерге қанағаттану жеткіліксіз. Тынымсыз ізденіс пен нәтижелі іс-әрекетті арқау еткен әлемдік нарық өндірушілері барынша жаңа нарықтарды игеруге, ондағы тұтынушыларды жаулауға белсене кірісуде. Нарықтың бұл қатал шарты отандық өнім өндірушілердің бәсекелік қауқарын нығайтуды, өнімдерінің бәсекелік қыспақтарға төтеп берерлік қабілетін арттыруды, ішкі және сыртқы нарықтарда сұранысы жоғары өнім өндіруге тиімді әсері бар тетіктерді айқындауды және сол арқылы мемлекеттің азық-түлік қауіпсіздігін қамтамасыз ету мәселесін шешуді қажет етеді. Бұл жағдай Республика Президентінің Қазақстан халқына Жолдауында айтылғандай: «Экономика біздің

дамуымыздың басты басымдығы, ал экономикалық өсімнің барынша жоғары қарқынына қол жеткізу – негізгі міндетіміз болып қала береді. Біз бұған өз экономикамыздың бәсекелік қабілетін арттыру арқылы, ...қол жеткіземіз». 2006 жылы “Қазақстан өз дамуындағы жаңа серпіліс қарсаңында. Қазақстанның әлемдегі бәсекеге барынша қабілетті 50 елдің қатарына кіру стратегиясы” атты Президенттің халыққа кезекті Жолдауы жарияланды. Осыдан үш жыл бұрынғы Жолдауында экономиканың, халықтың, жалпы мемлекеттің бәсекеге қабілетті болу мәселелерін көтеріп еді. Жаңа Жолдауында тек бәсекеге қабілеттілік емес, осы көрсеткіш бойынша әлемдегі ең алдыңғы 50 елдің санатына қосылу біздің дамуымыздың басты мақсаты деп көрсетіп отыр Елбасымыз. Өте маңызды және дәл уақытында ел назарына ұсынылып отырған асқақ мақсат [3].

Кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігінің жоғарылауы, оның жақсаруы көбінде іске асырылатын өнімнің сапасы мен өндірістің ұйымдастырушылық-техникалық деңгейіне тәуелді. Бәсекеге қабілеттілік, сапаның ажырамас бөлігі сервистік қызмет көрсету деңгейі болып табылады. Өнімнің нарықта өмір сүруі үшін соңғы мәселе өте маңызды болып келеді және ол нарықтық жағдайлардың өзгеруіне тез және нақты жауап беруі тиіс [4].

Өнімді нарыққа шығару – өте жауапты кезең. Жаңа өнім үшін жаңадан өткізу нарығын құру керек. Жаңа өнімнің бәсеке қабілеттілігіне немесе нарықта өнімнің өтуіне әсер ететін факторларды қарастырайық. Өнімнің бәсекеге қабілеттілігінің жоғары көрсеткіші кезінде табысты өтуі тек өнімнің жаңалық дәрежесі мен оған тұтынушының қызығушылығы ғана емес, сонымен бірге бағалық стратегияға да байланысты. Әдетте, өнімнің модификациясы сату көлемін жаңалыққа қарағанда тезірек ұлғайтады, өйткені тұтынушы берілген өнім туралы біледі. Тауардың өмірлік циклының өсу этапында ғана өндіріс, маркетинг шығындарын айтып, білінетін табыс алуға болады [5].

Қорытындылай келе, мысал ретінде Атыраудағы «Касхим» ЖШС-ін келтіруге болады. Осыған орай аталмыш кәсіпорынның директоры Этибар МАМЕДОВТИ-ң сұхбаты бойынша «Бірден айтарым, біздің серіктестік те осыдан екі жыл бұрын еліміз бойынша қабылданған мемлекеттік үдемелі индустриалды-инновациялық даму бағдарламасы шеңберінде жүзеге асырылуы жоспарланған серпінді жобалардың бірін қолға алды», – деді сұхбаттасуымыз. Бұл кәсіпорын – техникалық мақсатта пайдаланылатын шпагат пен полипропилен қаптарын дайындап шығару жобасын іске асырды. Іске асыру мақсатында австриялық заманауи техникасын орнатқан.

Осы жайлардан хабардар қылған кәсіпорын басшысы айтуынша, бұған дейін Атырауда ғана емес, көршілес Орал қаласында, Ресей Федерациясының шекаралас аймақтарында ұйымдастырылған халықаралық бизнес-форумдар мен көрмелерде де басқаларының қатарында «Касхим» ЖШС-нің өнімдері қатысушылар мен кәсіпкерлердің назарына ұсынылып, оң бағасын алып, өндірістің болашағы барына, олар дайындап шығарған техникалық шпагат пен полипропилен қаптарының да сапасы мен төзімділігі жөнінен тиісті талаптарға сай келетіндігіне, өзгелердікінен ешбір кем түспейтіндігіне көз жеткізілген. Міне, жоғарыда келтірілген мысал арқылы Отандық кәсіпорынның бәсекеге қабілетін арттыру үшін, оның сапа стандарттарынан бұлжымай өтуі үшін,

индустриалды-инновациялық дамудың ажырамас бөлік екенін көріп отырмыз. Менің пікірімше, бәсекелік күресте нарықты дұрыс және уақытылы бағалай алатын өндіруші ғана ұтады.

Резюме

Бұл статьяда қарастырылып отырған негізгі мәселе – кәсіпорынның бәсекелік қасиеті. «Бәсеке» ұғымына толықтай шолу жасалған. Соның ішінде «Бәсеке» мақсаттары мен талаптарына сипаттама берілген. Сонымен қатар «Бәсеке» қабілетінің бірнеше факторын көруге болады. Тауар өндірушілерге және кәсіпкерлерге, нарықтық жағдайда өз бәсекелестерінен қалмауы үшін, қандай әрекет жасау керектігіне мысал келтірілген.

Список используемых источников:

1. Формирование конкурентоспособности сельскохозяйственных товаров в условиях конкурентной среды // Вестник КазНУ им. Аль-Фараби. Алматы, 2006, №2.
2. Магомедов Ш.Л. Определение показателей конкурентоспособности товаров // СТК. 2000. №9. С. 78-79.
3. Қазақстан Республикасының Президенті Н. Назарбаевтың Қазақстан халқына Жолдауы. 2014 жылғы 11 қараша.
4. Әмірбекұлы Е. Автореферат Алматы, 2004 ж. «Өнімнің бәсекелік қабілетін арттыру механизмін қалыптастыру».
5. Жолдасбаева Г.Ө. Кәсіпорын экономикасы. Алматы: Экономика, 2002 ж.

© 2015, Садыкова А.А.

Повышение конкурентоспособности предприятия

© 2015, Sadykova A.A.

Improving the competitiveness of enterprises