

Д.Д. Сайлаубаев, ғылыми жетекші Б.А. Бакирова
Каспий қоғамдық университеті, Алматы, Қазақстан
D.D. Sailaubaeв, B.A. Bakirova
Caspian University, Almaty, Kazakhstan
bibigul_160375@mail.ru

Кәсіпорын тауарларының бәсекелестік артықшылықтарын қалыптастыру Formation of the competitive advantages of enterprise products

Түйіндеме. Нарықтық экономикада бәсекелестік маңызды фактор болып табылады. Ол адамдардың шаруашылық қызмет жүргізу түріне едәуір дәрежеде ықпал етеді. Кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігі мәселесін қарастырғанда өнеркәсіп кез-келген елдің экономикалық әлеуетінің негізі болып табылатындығын атап көрсету керек. Осыған орай, бұл мақалада кәсіпорынның бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін кейбір факторларды арттыру жолдары қарастырылған.

Abstract. Competition is very important factor in market economy. It affects a lot on how people do their activity. Considering ability to compete of any company, should be noted that industry is economic potential of every country. Based on this, this article considers some factors that will help to develop competitiveness of company.

Кілт сөздер: Инновация, инвестиция, технопарк, венчурлық қор

Keywords: Innovation, Investment, Technopark, Venture fund

Жаһандану жағдайындағы соңғы он жылдықта ұлттық экономиканың әлемдік деңгейдегі бәсекеге қабілеттілігі мәселесі одан әрі күшейе түсуде. Шектелген ресурстарды тиімді пайдалануға деген қажеттіліктің артуы, халықаралық еңбек бөлінісінің тереңдеуі, жаһанды бәсеке қысымының үдеуі жағдайында мемлекеттің экономикалық қауіпсіздігі ең алдымен оның технологиялық бәсекеге, басқаша айтқанда жаңа білімді жедел өндіру, өндіру және бейімдеуге қабілеттілігімен анықталады. Қазіргі әлемдік экономикада технологиялық инновациялар шын мәнінде «жетекші өндіргіш күшке», экономикалық өсу қарқындарын және мемлекеттің салыстырмалы экономикалық қуаттылығын анықтаушы негізгі бәсекелестік құралға айналды.

Белгілі американдық экономист М. Портердің пікірінше, дамушы елдер өз дамуында бәсеке тәсілдерімен ерекшеленетін үш сатыдан өтті. «Өндіріс факторларымен жүргізілетін экономикада» бәсекелестік артықшылық негізінен өндіріс шығындары элементтерінің құнына тәуелді. «Инвестициялармен жүргізілетін экономикада» бәсеке ең алдымен өндірістің техникалық тиімділігін арттыруға негізделді. «Инновациялармен жүргізілетін экономикада» тұтынушылар үшін неғұрлым жаңа, жоғары құндылықтарды, яғни тұтынушылар анағұрлым жоғары ақыны төлеуге дайын жаңа өнімдер мен қызметтерді жасау маңызды. Инновациялық өнімнің бағасын төмендету міндетті емес, оны бәсекелес кәсіпорынның шығындарымен пара пар ұстауға болады. Дамушы елдердің көпшілігі алғашқы екі

сатыда қалып отыр, бәсекеде тек «төменгі жолмен» ғана ұтымға жете алады. Қазақстанның да экспортты өнімдері қазірге дейін әлемдік рынокта негізінен төмен шығындарымен ғана ұтады. Әлемдік экономикалық форумның сарапшылары алғаш рет елдердің бәсекеге қабілеттіліктеріне талдау жүргізді. Зерттелген 117 мемлекеттердің қатарында алғаш рет Қазақстан қамтылып, аталған көрсеткіш бойынша ҚР ТМД-ның барлық мемлекеттерінен озық 61-ші орында болды (Ресей – 74 орында). Елдің бәсекеге қабілеттілік потенциалын анықтауда негізгі үш фактор қарастырылды: технологиялық бәсекеге қабілеттілік, макроэкономикалық орта, қоғамдық институттар. Басқалармен салыстырғанда, технологиялық бәсекеге қабілеттілік деңгейі қазіргі уақытта ұлттық экономиканың неғұрлым әлсіздеу тұсы болғандықтан оның өзектілігі артуда.

Менің ойымша, мұндай артықшылықты қамтамасыз ететін мүмкіндіктер Қазақстанда жоқ емес. Ендеше, кәсіпорының бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін келесі факторлардың жоғарылату жолдары қарастырылуы тиіс. Бұл факторлар өнімді зерттеуде өзіндік сипаттары бойынша 4 топқа бөліп қарастырылады:

Бірінші топ - өнімнің сапасын арттыру шаралары немесе кәсіпорынның сапа жүйесін жетілдіру.

Екінші топ - өнімнің бағасын қалыптастыру немесе баға саясатын реттеу.

Үшінші топ - өнімнің тартымдылығын арттыру немесе кәсіпорын маркетингті жүйесін жетілдіру.

Төртінші топ - өнімнің бәсекелік қабілетін қамтамасыз ету немесе өндірісті мемлекеттік қолдау.

Олай болса, еліміздегі отандық кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілігін арттыруға, олардың әлемдік нарықта да бәсекеге түсе алатындай жоғары сапалы өнімдер өндіруіне жағдай жасауға, озық технологияларды енгізуге және қызмет тиімділігін арттыруға мән беруіміз қажет. Яғни, бұл мақсатта отандық кәсіпорындардың мемлекет тарапынан белгілі бір дәрежеде қолдау көрсету бағыттарын әзірлеуді қажет етеді. Ол бағыт еліміздің аймақтары мен салалары бойынша нақты іс-шараларды қамтығаны жөн.

Қорыта келгенде, пайда табатын тұтынушылардан кіріс тапқысы келетін кәсіпорындар тауарларының бәсекелестік артықшылықтарын қалыптастыру да бәсекелестіктің деңгейін анықтап, төмендегі қадамдар бойынша іс-шаралар жүргізгені дұрыс деп ойлаймын.

1 қадам . Саладағы бәсекелестік деңгейін анықтаңыз.

Бәсекелестік деңгейі саладағы кәсіпорындар санымен анықталады:

- Бәсекелестіктің жоғарғы деңгейі – бәсекелес-кәсіпорындардың көп саны;
- Бәсекелестіктің орташа деңгейі – бәсекелес-кәсіпорындардың орта саны;
- Бәсекелестіктің төмен деңгейі – бәсекелес-кәсіпорындардың аз саны;
- Монополия – бәсекелес-кәсіпорындардың жоқ болуы .

Бәсекелестік деңгейін бағалау кезінде географиялық факторды есепке алыңыз. Бәсекелес-кәсіпорындар саны көп болуы мүмкін, бірақ сіздің аймағыңызда олардың саны аз болуы мүмкін.

Әдетте, бәсекелестердің санының көптігі саланың жалпы бизнес үшін тартымды екенін көрсетеді, тек мүмкіндіктерді уақытытлы бағалап өз пайдаңызға жаратуыңыз керек.

2 қадам . Жергілікті деңгейдегі өз бәсекелестеріңізді танып біліңіз.

Жергілікті деңгейдегі (сіздің кәсіпорныңыз орналасқан елді мекен ауданы) бәсекелестеріңізді тұрақты және ерекше зейін салып зерттеңіз:

- Иелері/басшылары жайлы ақпарат;
- Қызметкерлер саны;
- Географиялық қамту – ел, облыс, аудан, елді мекен;
- Өнім/қызмет түрлері тізімі;
- Бағалары;
- Өнімнің/қызметтің бағалама көлемі;
- Кәсіпорын жұмыс істейтін салада қажет өндірістік база/қойма/техника және

басқа да өндірістік қуаттарының барлығы және олардың жағдайы;

- Өнімді/қызметті өткізудің тәсілдер ;
- Сатып алушылар, олардың бағалама саны;
- Өнімнің/қызметтің сапасы жайлы сатып алушылардың пікірі;
- Өнімнің/қызметтің артықшылықтары.

3 қадам. Бәсекелестеріңізден үйреніңіз.

Жақын бәсекелестеріңіздің, өз салаңыздың ірі кәсіпорындарының «жаңа идеяларын» қадағалап отырыңыз. Егер Сіз бәсекелесіңізді табысты еткен артықшылықтарды айқындасаңыз, оны өз кәсіпорныңызға енгізіңіз. Бұл сізге уақыт пен қаржы үнемдеуге көмектеседі.

4 қадам. Нені бәсекелестеріңізден жақсы істейтініңізді анықтаңыз. Бәсекелес-кәсіпорындармен салытырғанда сіздің кәсіпорныңыздың бәсекелестік деңгейін анықтаңыз :

- өз кәсіпорныңыздың күшті және әлсіз жақтарына әділ баға беріңіз;
- сатумен айналысатын және тұтынушылармен тығыз байланыстағы қызметкерлерге сауалнама жүргізіңіз;
- өз кәсіпорныңыздың өніміне/қызметіне тұтынушылардың көзімен қарап көріңіз;

5 қадам. Бәсекелестер жайлы ақпаратты өз пайдаңызға жаратуды үйреніңіз.

- Бәсекелестеріңіздің әрекеттерін ешқашан назарсыз қалдырмаңыз;
- Бәсекелестеріңізге ұзақ уақыт артықшылық жағдайында болуға мүмкіндік бермеңіз;

Олардың табыстарын тез жедел көшіріп отырыңыз;

- Жауап әрекеттер ойлап табыңыз:
- Неге сатып алушылар сіздің бәсекелестеріңізге емес, сізге келу керек деп ойлаңыз? Оларды неге қызықтырасыз ?

- Жақсырақ сапа мен ассортимент?
- Жақсы қызмет көрсету?
- Өніміңіздің, кәсіпорныңыздың жағымды беделімен?
- Төмен бағамен?
- Жеңілдіктер, бонустар, сыйлықтармен?
- Кәсіпорныңыздың жақсы сырт келбетімен?

Болашақта алға қойған мақсаттарымыз бен міндеттерімізді жүзеге асырсақ, еліміздің бәсекеге қабілетті отыз елдің қатарына кіріп, әлемнің алдыңғы қатарлы мемлекеттерінің арасында болатынына кәміл сенемін.

Әдебиеттер

1. *Әмірбекұлы Е.* Өнімнің бәсекеге қабілеттілігі: оқу құралы. Алматы: Экономика, 2009 – 120б.
2. *Жолдасбаев К.* Кәсіпорын экономикасы: оқу құралы / Алматы: Экономика 2002, 63 бет
3. *Жылқайдарова Г.Б.* «Кәсіпорынның нәтижелі жетістігі – бәсеке қабілеттілігі» // ҚазЭУ хабаршысы. 2011 №5 б. 117-121.
4. *Көпешева А.* «Өнімнің бәсекеге қабілеттілігін арттыруға стратегиялық жоспарлаудың маңыздылығы» // ҚазЭУ хабаршысы. 2013. №5. Б. 131-138.
5. Экономикалық мәселелер жөніндегі мақалалар. [Электрондық ресурс] / [http:// www. e-report. ru.](http://www.e-report.ru)
6. Бизнес аумағы. Маркетинг және сатулар бөлімінің басылымдары. [Электрондық ресурс] [http:// www. business.gov.kz.](http://www.business.gov.kz)

К.Ю. Тюменцева

Российский государственный профессионально-педагогический университет, Екатеринбург, Россия

К.У. Tyumentseva

Russian State Vocational Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia

ksuh_94@mail.ru

Особенности PR в металлургической отрасли PR specifics in the steel industry

Аннотация. *PR в условиях промышленного рынка. Особенности PR маркетинга на различных рынках. Специфичность продажи продукции на металлургическом рынке. Связи с общественностью в России.*

Annotation. *PR in the industrial market. Especially PR and marketing in different markets. Specificity of product sales in the metallurgical market. Public relations in Russia.*

Ключевые слова: *металлургический комплекс, PR металлургической компании, особенность PR, рынок металлургии*

Keywords: *Metallurgical complex, PR and metallurgical company, the PR feature, the market industry*