

10. «Академик Е.А. Бөкетов атындағы Қарағанды университеті» ҚЕАҚ-тың академиялық адалдық қағидаттары: // [Электронды ресурс] // Ақпараттық жүйелер. - Кіру режимі // file:///C:/Users/%D0%BF%D0%BA/Downloads/ak_kaz.pdf

11. Смаилова В., «Плагияттың стало легче. Контроль за качеством снизился – интервью с борцом с плагиатом» // [Электронды ресурс] // Ақпараттық жүйелер. - Кіру режимі // <https://inbusiness.kz/ru/news/plagiatit-stalo-legche-kontrol-za-kachestvom-snizilsya-intervyu-s-borcom-s-plagiatom>

Томашинов С.Қ., Карагандинский университет Казпотребсоюза, факультет экономики, управления и предпринимательства, гр. МН-21 НП, магистрант
(*Научный руководитель – доктор PhD, доцент Орынбасарова Е.Д.*)

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ

Вопросы, касающиеся конкурентоспособности предприятий, являются очень важной и многогранной областью исследований в области управленческой науки. Сила этих наук заключается в разнообразии, поскольку сложные организационные ситуации требуют всесторонней диагностики организационных проблем и накопления знаний в области управления. В силу прагматического характера управленческих учений возникает необходимость постоянного обогащения их теоретико-методических достижений, вслед за реальными изменениями в практике организации и управления. Большое значение имеет получение новых знаний дескриптивного и нормативного характера, ибо такое знание позволяет объяснить изучаемые явления и сформулировать рекомендации для организаторской и управленческой практики. В реалиях современной мировой экономики конкурентоспособность становится одним из важнейших определителей и в то же время перспектив оценки функционирования предприятия на рынке, а также рассматривается как детерминант развития. Конкуренция между предприятиями является имманентной чертой рыночной экономики. В зависимости от отрасли или сектора она может проходить в разных плоскостях и проявляться в различных методах и формах деятельности, а также иметь различную интенсивность. С точки зрения практики важно признать и понять, какие факторы влияют на конкурентоспособность предприятия. Сформулированная исследовательская проблема требует комплексного подхода - с учетом аспектов и особенностей проводимой деятельности, а также воздействия изменений и преобразований, происходящих в окружающей среде [1].

Конкурентоспособность предприятия на рынке является результатом синергетического воздействия многих внутренних факторов, характерные для предприятия и механизмов и внешних условий, существующих в окружающей среде. Это можно понимать как способность расти, получать выгоды и прибыль и создавать конкурентные преимущества. Конкурентоспособность предприятия, без сомнения, обусловлена внешней средой, однако на нее влияют также имеющиеся у компании отличительные ресурсы, ключевые компетенции, навыки и способности. В практике управления должен применяться комплексный подход. Создание конкурентных преимуществ на основе использования ресурсов знаний, разработки уникальных и труднодоступных ключевых компетенций для адаптации к изменяющимся требованиям клиентов с учетом трансформаций в рыночной среде.

Представленная модель Вальдемара Вальчака, профессора Лодзинского университета, является отражением выбранных наиболее важных элементов и обусловленности, которые возникают в рыночной среде, она также учитывает внутренние факторы, присущие самому предприятию. Стоит добавить, что факторы, которые имеют свой источник в окружающей среде, не зависят от предприятия, в значительной степени вытекают из политики государственных органов и механизмов регулирования рынка, а также остаются под влиянием как общего состояния, так и экономической ситуации в данной стране, а также мировой экономической ситуации. В свою очередь, внутренние факторы связаны с действиями, предпринимаемыми компанией, они связаны с ее финансовым состоянием, материальными ресурсами, интеллектуальным капиталом, организационной структурой, принятой стратегией развития, методами управления, предпринимательством, инновациями и качеством предлагаемых

продуктов и услуг [2]. Можно сказать, что группа внутренних факторов отождествляется с имеющимися у предприятия стратегическими ресурсами и умением их использовать для принятия эффективных мер, являющихся ответом и реакцией на изменения и преобразования, происходящие во внешней среде. Конкурентоспособность предприятия определяется способностью использовать свои ресурсы в процессах привлечения клиентского капитала и создания интеллектуального капитала. Ее следует понимать как результат многогранных условий, зависимостей и действий, предпринимаемых предприятием. Визуализация пространства наиболее важных элементов, влияющих на конкурентоспособность предприятия, показана на рисунке 1.

Рис.1. Комплексная оценка факторов, влияющих на конкурентоспособность предприятия



В представленной модели стоит обратить внимание на несколько актуальных моментов:

– конкурентоспособность рассматривается в технологическом плане как производная от синергетического воздействия интегрированного пучка взаимосвязанных внешних и внутренних факторов и предпринимаемых предприятием действий;

– конкурентоспособность современных предприятий напрямую зависит от обусловленности и детерминанта конкурентоспособности для данного сектора, а также остается под влиянием экономической ситуации в данной стране и конъюнктуры на мировых рынках;

– возможность принятия компаний мер по повышению уровня конкурентоспособности в значительной степени зависит от окружающих факторов;

– получение конкурентного преимущества может быть результатом конкурентоспособности на рынке предлагаемых продуктов и услуг, а также результатом систем и политических и деловых связей, благодаря прибыльным заказам или государственным заказам.

Стоит также подчеркнуть, что представленные соображения не исчерпывают сложности обсуждаемой проблематики, но представленная модель является хорошим отражением реальных предпосылок и процессов, возникающих в деловой практике. Кроме того, это может быть отправной точкой для дальнейшего углубленного анализа в рамках извлеченных подробных исследовательских проблем. Для каждого предприятия необходимо индивидуально рассматривать изложенные зависимости и связи, в связи с тем, что специфика отрасли всегда определяет, какие факторы имеют наибольшую силу воздействия.

Стоит отметить, что в отдельных секторах существуют различные специфические условия, которые устанавливают рамки и формы конкуренции между компаниями. Для многих предприятий целевой группой клиентов является не индивидуальный потребитель, а другие предприятия, а также организации сектора государственных финансов.

Например, популярные гипермаркеты конкурируют между собой за индивидуального клиента, и эти действия легко заметить. Каждый из нас смотрит рекламу по телевизору или получает рекламные листовки в электронный или почтовый ящик. В то же время существует еще одна конкурентная борьба между различными рыночными субъектами, которые конкурируют между собой, чтобы именно их товары могли находиться на выставленном месте на полках этих магазинов, заменяя продукты, предлагаемые их прямыми конкурентами. Однако это соперничество не очевидно для клиентов, оно происходит в комфорте директорских кабинетов, и его результатом являются многомиллионные заказы и контракты для отдельных компаний. Стоит добавить, что в описываемом примере не требуется публиковать объявления о том, что проводится тендер на поставщиков определенных продуктов или что ищут компании, заинтересованные в ведении бизнеса в данном гипермаркете.

Кроме того, представленная модель подчеркивает трудно переоцененную роль важнейших факторов конкуренции, таких как деловые связи, взаимоотношения, соглашения с органами власти, государственные закупки, контракты и заказы от организаций сектора государственных финансов. В литературе по данной теме этим элементам не уделяется должного внимания, но на самом деле обсуждаемые вопросы оказывают существенное влияние на формирование современных парадигм управления и формирование конкурентных преимуществ. Дополнительным аргументом, который усиливает необходимость расширения области исследований и обсуждения этих важных факторов, является желание точно отразить реалии практики управления.

Нельзя подвергать сомнению тот факт, что не существует готовых решений или образцовых моделей эффективных стратегий развития, которые гарантировали бы каждой компании получение прочного конкурентного преимущества и достижение успеха на рынке. Нет сомнений в том, что, если бы такие универсальные и воспроизводимые решения существовали, их повсеместное подражание и практическое применение устранили бы возникающие конкурентные преимущества. Однако можно и даже необходимо внимательно следить за действиями прямых конкурентов и перенимать у них проверенные и эффективные методы действий.

При рассмотрении и попытке подражать решениям, используемым другими компаниями, необходимо постоянно учитывать все специфические условия и внутренние факторы, в частности, имеющиеся в распоряжении материальные и нематериальные ресурсы, ключевые компетенции, человеческий капитал, навыки, способности, технологический потенциал и интеллектуальный капитал. Попытка внедрить действия и методы конкуренции, используемые другими компаниями, требует очень тщательного анализа и должна быть должным образом подготовлена, чтобы наилучшим образом использовать реальные возможности ресурсов и компетенций. Такие действия вынуждают пересмотреть существующую модель управления, изменить сформировавшийся образ мышления, принятые организационные установки и модели поведения, изменить модель организационной культуры, реконфигурировать ключевые бизнес-

процессы и, возможно, даже разработать новую организационную структуру. Это требует обширных и современных знаний о факторах и условиях, которые оказывают существенное влияние на конкурентоспособность компании.

Литература:

1. Сукманов, Э. В. Конкурентоспособность как инструмент управления фирмой / Э. В. Сукманов, Н. М. Слоян // Актуальные вопросы экономики и управления: наука и практика. Кriuлинские чтения: сборник материалов всероссийской научно-практической конференции, Курск, 18 марта 2020 года. – Курск: Курский государственный университет, 2020. – С. 43-48.
2. Шатунов, М. В. Конкурентоспособность как механизм обеспечения экономической безопасности организации / М. В. Шатунов, Г. Ф. Галиева // Вестник научной мысли. – 2020. – № 3. – С. 89-94.

Төлеген Д.Е., Қазтұтынуодағы Қарағанды университеті, бизнес, құқық және технология факультеті, С-22НП тобы, магистрант
(*Научный руководитель – к.т.н., профессор Какенов К.С.*)

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ ҰЛТТЫҚ ЭКОНОМИКАСЫН ДАМУДА СӘЙКЕСТІКТІ РАСТАУ ҚЫЗМЕТІН ЖЕТІЛДІРУДІҢ ЖОЛДАРЫ

Қазақстан Республикасының ұлттық экономикасын дамытуда өндірілетін отандық өнім сапасының бәсекеге қабілеттілігі маңызды рөл атқарады. Бұл өз кезегінде осы шығарылған өнімге сәйкестікті растау қызметін жетілдіруді талап етеді. Ұлттық сертификаттау жүйесі мемлекеттік техникалық реттеу жүйесінің бір бөлігі болып табылады және өнім өндіру мен айналысқа шығару салаларын қозғайды. Сәйкестікті растау саласында цифрландыруды жүзеге асыру шетелдік нарыққа шығаралатын өнімнің бәсекеге қабілетті болуына септігін тигізеді.

Қазақстан экономикасының шикізаттық бағыттылықтан мемлекеттік саясаттың басты басымдығы бәсекеге қабілетті экспортқа бағдарланған өндірістерді құру болып табылатын қайта өңдеуге көшуі техникалық реттеудің жалпы әлемдік моделіне және халықаралық стандарттарға көшу жағдайында мүмкін болады [1, 9 б.].

Қазақстанда нарықтық экономиканың дамуы өндірісті дамытудың жаңа басымдықтарын айқындады: Қазақстанда өндірілетін өнімнің бәсекеге қабілеттілігін арттыру; өндіруші өнеркәсіптен өңдеуші өнеркәсіпке көшуді жүзеге асыру; халықтың өсіп келе жатқан қажеттіліктерін қанағаттандыру; тұтынылатын өнімнің қауіпсіздігін қамтамасыз ету жүйесін құру.

Осыған байланысты жоғарыда аталған мәселелерді шешудің жаңа тәсілін қолдану қажеттілігі туындады. Отандық өнімнің бәсекеге қабілеттілігін, отандық өнімнің қауіпсіздігін қамтамасыз ету, қазақстандық өнімнің шет елдерге экспортын кеңейту мәселелерін шешу өнім сапасының жоғары деңгейіне жетуге, сәйкестікті растау қызметін жетілдіруге, сәйкестікті растау қызметінің құқықтық базасын жаңартуға және заманауи менеджмент жүйелерін енгізуге бағытталған.

«Қазақстан-2050» Стратегиясында Қазақстанның әлемдегі бәсекеге қабілетті 30 мемлекеттің қатарына қосылуы үшін өндіргіш күштерді трансформациялануына, өндірістердің жаңалануына, құқықтық базаны жетілдіруге, экономикада сапалы құрылымдық өзгерістер жүргізуге және капиталдық базаны дамытуға бағытталған ауқымды іс-шаралар жүргізілуі қажет. Осының бәрі ұлттық экономиканың ерекшеліктері ескерілген экономикалық жаңғыртудың өзіндік үлесінің қалыптасуы мен дамуын анықтайды[2, 74 б.].

Ел Президенті Қ. Тоқаев техникалық реттеу және аккредиттеу туралы заңнама 10 жылдан астам уақыт бұрын қабылданған және бүгінгі заман талабына сай келмейтіндігін алға тартып, 2020 жылдың қаңтар айында Үкіметтің кеңейтілген отырысында Мемлекет басшысы Ұлттық сертификаттау жүйесін дамытуды, елдің ішкі нарығының қауіпсіздігін қамтамасыз ету үшін ұлттық стандарттар беделін өсіруді тапсырды. Қазақстан Үкіметіне «Техникалық реттеу туралы» Заңды жаңа редакцияда дайындау және оны 2020 жылдың соңына дейін қабылдауды қамтамасыз ету тапсырылды. Мемлекет басшысының тапсырмасы бойынша Техникалық реттеу туралы ұлттық заңнаманы ЕАЭО нормативтік құқықтық базасына сәйкес келтіру және осы саладағы