

Сейфуллин оқулары – 18(2): «XXI ғасыр ғылымы – трансформация дәуірі» халықаралық ғылыми - практикалық конференция материалдары = Материалы международной научно-практической конференции «Сейфуллинские чтения – 18(2): «Наука XXI века - эпоха трансформации» - 2022-Т.І, Ч.IV. – С.74-75

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Белоусова Э.В., к.э.н., доцент
Бермухамбетова Б.Б., м.ю.н., ст.преподаватель
Казахский агротехнический университет им. С.Сейфуллина, г. Астана

Повышение конкурентоспособности производства является в настоящее время актуальным вопросом, к решению которого стремятся как представители бизнеса, так и государственные органы. В первую очередь компании стремятся консолидировать свои позиции и повысить конкурентные преимущества своей продукции и своего конкретного предприятия. В этой связи государство предпринимает различные методы поддержки бизнеса, посредством принятия законов и нормативных актов, решения инфраструктурных и экологических вопросов и т.д. [1].

Термин «конкурентоспособность» за последние 25 лет стал довольно актуальным, так как в круг мировой экономики вошло большое количество новых государств и экономическая конкуренция между странами значительно усилилась. Оживление национальных рынков, снижение торговых барьеров, глобализация и процессы интеграции в целом привели к такому обострению конкуренции. Поэтому в настоящее время никто из компаний и фирм-производителей в мире не может быть уверен в завтрашнем дне. На горизонте всегда появляются новые факторы в виде продуктов-аналогов, банкротств поставщиков, изменений налогового регулирования, обменных курсов, мирового кризиса, пандемии и т.д .

Актуальность и сложность проблемы может быть подтверждена также и тем, что вопросы конкурентной способности производства рассматриваются экономистами разных стран. Конкурентная среда производства и влияние ее на национальную экономику государств изучаются специалистами в области мировой экономики, поскольку здесь конкуренция имеет международный аспект, а функция государственного регулирования в некоторых случаях имеет фундаментальное значение.

Особенности внутренней среды компании, ее ресурсов и бизнес-процессов определяют характер и скорость реагирования на происходящие изменения, поэтому качество внутренней среды также приводит к повышению или потере конкурентоспособности. Разработка предпринимателями основных направлений деятельности с учетом изменения внешней среды требует, в первую очередь, проведения классификации внешних факторов. Здесь можно отметить, прежде всего, ближайшее окружение предприятий и компаний: конкурентов, потребителей, поставщиков. Именно с ними компания сталкивается в своей повседневной работе,

что заставляет её отслеживать все возможные изменения.

Изменения в потребительском поведении могут быть связаны со снижением покупательской способности (например, в условиях кризиса), с появлением более дешёвых и/или качественных заменителей, новой рекламной кампанией конкурента и т. п. В каждой конкретной ситуации требуется свой подход [2].

Действия конкурентов могут носить самый неожиданный характер. При этом компания должна учитывать не только действующих игроков, но и возможность появления новых конкурентов или товаров-заменителей. Новые конкуренты имеют тенденцию появляться в тех отраслях, которые показывают высокую прибыльность на протяжении определённого периода времени и где отсутствуют ярко выраженные лидеры – олигополисты, монополисты и просто крупные компании, имеющие большую долю рынка и производящие признанную потребителем продукцию. А появление новых товаров и услуг - в XXI веке инноваций и технологий уже ни в одной отрасли не вызывает удивления [3]. Кроме ближайшего окружения компаний, изменения во внешней среде могут происходить и в других областях: в экономической политике государства или государств компаний-партнёров по бизнесу; в общем состоянии мировой экономики; в изменении климата и экологии; в демографической структуре и культурных ценностях стран, где ведётся бизнес и т. п. [4] Значение этих факторов не всегда является быстрым и предсказуемым для бизнеса, но от этого результат их изменения не становится менее чувствительным, а в ряде случаев может быть просто огромен.

Список использованной литературы

1 Предпринимательство в Республики Казахстан. Сборник нормативных и законодательных актов//.- Алматы, 2020.

2 Основы предпринимательской деятельности: Экономическая теория. Маркетинг, Финансовый менеджмент. /Под редакцией Власовой В.М. – Москва: Финансы и экономика. 2019. -С 71-72.

3 The Growth of “Green” finance at the global level in the context of sustainable economic development.Sh.Niyazbekova, B.Jazykbayeva,

A.Mottaeva, E.Belousova, B.Suleimenova, A.Zueva.E3S Web Conf. Volume 244, XXII International Scientific Conference Energy Management of Municipal Facilities and Sustainable Energy Technologies (EMMFT-2020) Published online 19 March 2021. - С. 166-172.

4 NiyazbekovaSh.U.,Grekov I.E., Blokhina T.K. The influence of macroeconomic factors to the dynamics of stock exchange in the Republic of Kazakhstan [Text] / Economy of region.- 2016. Т 12. - № 4. -С. 1263-1273. DOI: 10.17059/2016-4-26