

Литература

1. Калиев Г.А., Аграрные проблемы на рубеже веков. Алматы 2003г.
2. Сулейменов Ж.Ж., Управление сельским хозяйством: теория и практика. Алматы 2001г.
3. Сельское, лесное и рыбное хозяйство. Казахстан статсборник 2003.

Жетыген Б.М.

АГРОӨНЕРКӘСІПТІК ӨНДІРІСТІ БАСҚАРУДЫҢ ҚАЗІРГІ КЕЗДЕГІ МӘСЕЛЕЛЕРІ

Аңдатпа Мақалада Аграрлық өндіріс орындарын қазіргі кезде кәсіпорындар деңгейінде басқарудың негізгі мәселелері қарастырылған.

Кілт сөздер: басқару, ауыл шаруашылық, экономикалық рычаг, қаржылық кредиттік нарық, тиімділік.

Jetigen B.M.

MODERN PROBLEMS OF MANAGEMENT BY AGROINDUSTRIAL PRODUCTION

Abstract In the article considered presently on efficiency of activity of different agricultural enterprises by managements modern an agroindustrial production.

Keywords: managements, agriculture, financially is a credit market efficiency, economic instruments.

УДК: 339:338.361 (575.2.)

Жунусалиева А.Б.

Институт социального развития и предпринимательства при Министерстве труда, миграции и молодежи занятости Кыргызской Республики, г. Бишкек

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ

Аннотация

В статье проводится исследование проблемы монопольных, конкурентных рынков, понятий «конкуренция». Автором отмечается что, в эпоху глобализации и интернационализации производства единственным критерием эффективности выпускаемой продукции является конкурентоспособность. При формировании общей концепции конкурентоспособности необходимо учитывать все стороны этого явления.

Ключевые слова: монополия, рынки, конкуренция, продавцы, покупатели, соперничество.

Введение

Классическая политическая экономия рассматривает конкуренцию как нечто само собой разумеющееся, пронизывающее все отрасли экономики и ограничиваемое только субъективными причинами. А. Смит впервые доказал, что конкуренция, уравнивая нормы

прибыли, приводит к оптимальному разделению труда и капитала, и определил основные условия ее функционирования:

конкуренты должны действовать независимо, а не в сговоре;

число конкурентов (потенциальных или уже имеющих) должно быть достаточным, чтобы исключить экстраординарные доходы;

экономические субъекты должны обладать приемлемым знанием рыночных возможностей;

должна быть свобода действий в соответствии с этим знанием;

необходимо выждать время, чтобы направление и объем потока ресурсов стали отвечать желанию владельцев[1,33-40].

А. Смит отождествлял конкуренцию с «невидимой рукой» рынка – рыночными ценами, формирующимися под влиянием конкурентных сил. Сущность конкуренции, по мнению ученого, заключается в совокупности взаимосвязанных попыток продавцов установить контроль на рынке в долгосрочной перспективе. Такая тенденция на рынке будет настолько длительной, насколько это необходимо для перемещения ресурсов из отраслей с низкими прибылями в отрасли, где могут быть получены более высокие прибыли. Следовательно, конкуренция – это реакция на новую силу и способ достижения нового равновесия, сущность которого состоит в борьбе конкурентов за относительные преимущества.

В начале XX в. взгляды на конкуренцию и ее роль в экономике изменились. Й. Шумпетер одним из первых в экономической литературе в качестве отличительного критерия конкурентного рынка выделяет его способность инициировать новые достижения научно-технического прогресса. Й. Шумпетер выделял связку «Эффективная конкуренция – Временная сверхприбыль – Инновационное развитие» и обосновал положительную роль крупных олигополистических фирм, обладающих средствами и стимулами для внедрения технических новшеств» [2,456].

Позднее М. Портер, исследуя теорию конкурентоспособности, ведущее место отводит не столько структуре рынка и уровню развития конкурентных отношений, сколько степени их адаптации к технологическим изменениям. «Конкуренция – динамичный и развивающийся процесс. Традиционные теории были по существу статичными, сосредоточенными на преимуществах на основе факторов или эффекта масштаба. Однако в конкуренции нет равновесия, и она зависит от того, как рынок и общество воспринимают достижение научно-технического прогресса» [3,44].

Понимание того, что ограниченность ресурсов не позволяет достигнуть идеального решения функционирования систем, как на монопольных, так и конкурентных рынках, привело к тому, что в 1970-х гг. в качестве концептуальных подходов к понятию сущности конкуренции стала рассматриваться проблема распределения в мире ограниченных производственных ресурсов и борьбы за их эффективное использование[4,95].

Профессор М. Портер выделяет пять конкурентных сил, результатом действия которых и становится состояние конкуренции в отрасли[5,45].

1. Соперничество между конкурирующими продавцами в отрасли.

2. Рыночные попытки компаний из других отраслей завоевать потребителей с помощью товаров-заменителей.

3. Потенциальное появление новых конкурентов.

4. Рыночная власть и средства воздействия, используемые поставщиками сырья.

5. Рыночная власть и средства воздействия, используемые потребителями продукции.

Значение данных моделей состоит в том, что на основе общетеоретических подходов к оценке конкуренции в анализе участвуют как экономические, так и психологические факторы поведения потребителей, определяющие уровень конкурентного давления на товарном рынке.

Швандар В.А. и его коллеги считают, что «содержание инновационного предложения, которое может рассчитывать на встречную потребность предпринимателей, действующего в сфере материального производства, также определяется состоянием бизнеса в конкретном

секторе (нише) рынка, иначе говоря, состоянии конкурентоспособности предприятия на данном этапе его развития.

Аналогичное видение и у наших экономистов, так Мусакожоев Ш.М. и Абдылдаев Т.А. отмечают, что «продавцы конкурируют, пытаясь привести товары, необходимые покупателю по максимально низкой цене. Тому, кто не может или не хочет снизить цену, чтобы привлечь покупателя, не удастся реализовать свои товары и услуги. Это выгодно нам, потому, что производители и челноки вынуждены постоянно стремиться работать более эффективно. Благодаря этому экономятся ресурсы, увеличивается объем производства и повышается уровень жизни» [6,18].

По нашему мнению это выгодно товаропроизводителям, потому что обеспечивает именно производить те товары, которые мы хотим, и там, где они необходимы. Производители и челноки знают, что если они не удовлетворят запросы потребителей, это сделают их конкуренты.

Конкуренция ведется предпринимателями за ограниченный объем платежеспособного спроса. Если они терпят поражение в борьбе за присутствие в освоенной рыночной нише, то возникает проблема перехода в другие ниши или даже сегменты рынка, что связано с освоением новых бизнес-линий. Как уже отмечалось, нововведения выступают основным инструментом в борьбе с конкурентами.

Конкуренты влияют на возможности предпринимателя устанавливать цену на свою продукцию и, как следствие, на издержки производства; на направления и возможности реинвестирования капитала для поддержки конкурентоспособности или венчурных вложений в новый бизнес.

Давление конкурентов на рынке сырья также приводит к снижению прибыли. Все это в каждый момент времени может подорвать финансовое положение предпринимателя и привести к банкротству. Восстановление конкурентоспособности – наиболее сложный процесс. Эта как запущенная болезнь, излечить которую удастся путем интенсивной инновационной «терапии» или «хирургическим» инновационным вмешательством.

Очевидные экономические факторы повышения (восстановления) конкурентоспособности (снижение цены; сокращение длительности хозяйственного цикла и производственных издержек; повышение выхода готового продукта высшего качества) могут быть задействованы за счет использования инновационных технологий и модернизации производства.

В настоящее время не существует единого определения понятия «конкурентоспособности». Основными факторами, которые обуславливают возможность множественности трактовок указанного понятия, являются различные исходные позиции экономистов, а также и то, что в качестве производителя рассматривается лишь отдельное предприятие, отрасль или экономика в целом. Конкурентоспособность – понятие относительное, так как успешно конкурирующий на одном рынке товар будет совершенно неконкурентоспособным на других. Это обуславливает необходимость разграничения конкурентоспособности на внешнем и внутреннем рынках. По нашему мнению в условиях рыночных отношений производства высокого качества продукции, относительно ее низкая цена, своевременная доставка товаров до потребителей является важным критерием эффективности выпускаемой конкурентоспособной продукции.

Литература

1. *Смит А.* Исследование о природе и причинах богатства народа.- М.:Соцэкгиз, 1982.-С 33-40.
2. *Шумпетер Й.* Теория экономического развития. – Пер. с нем.- М.: Прогресс, 1982. – С. 456.
3. *Портер М.* Конкуренция (исправленное издание) под ред. и с предисловия *Макарова Н.*, «Вильямс», 2005.- С. 44.

4. Макконнел К.Р., Брю С.Л. Экономикс; принципы, проблемы и политика: В 2 т./Пер. с англ. 11-е изд.- М.: Республика,1992. Т 1.- С. 95.
5. Портер М. в ссылке 2, С. 44-45.
6. Мусакожоев Ш.М., Абдылдаев Т.А. М-91 «Проблемы экономического развития Кыргызстана» /Учебное пособие/Московский институт предпринимательства и права (Каракольский филиал). – Б. 2002.-С 18.

Жунусалиева А.Б.

ӨНІМНІҢ БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІГІНІҢ АРТТЫРУ ЖОЛДАРЫ

Мақалада "бәсеке" деген ұғымдардың, бәсекелік нарықтың, монополия мәселелері зерттеледі. Жаһандандыру мен өндірісті интернационализация заманында шығаратын өнімнің тиімділігінің бірден бір өлшемі бәсекеге қабілеттілік болып табылатыны автормен аталған. Бәсекеге қабілеттіліктің ортақ тұжырымдамасының құрғанда осы көріністің барлық жақтарын ескеруге қажет.

Кілт сөздер: монополия, нарықтар, бәсеке, сатушылар, сатып алушылар, бәсекелестік.

Dzhunucaliva A.B.

THEORETICAL ASPECTS OF COMPETITIVENESS OF PRODUCTS

Annotation In the article conducted research of problem of monopolistic, competition markets, concepts "competition". Marked an author that, in the epoch of globalization and internationalization of production the only criterion of efficiency of the produced products is a competitiveness. At forming of general conception of competitiveness it is necessary to take into account all parties of this phenomenon.

Keywords: monopoly, markets, competition, salespeople, customers, rivalry.

ӘОЖ 631.162

Исмайлова Е.Қ.

Қазақ ұлттық аграрлық университеті

ҚОСЫЛҒАН ҚҰН САЛЫҒЫНЫҢ БУХГАЛТЕРЛІК ЕСЕБІН ЖӘНЕ САЛЫҚ ЕСЕПТІЛІГІН ІС:БУХГАЛТЕРИЯ БАҒДАРЛАМАСЫНДА ҰЙЫМДАСТЫРУ

Аңдатпа

Мақалада қосылған құн салығының бухгалтерлік есебін және салық есептілігін ІС: Бухгалтерия бағдарламасында ұйымдастыру қарастырылған.

Кілт сөздер: құн, салық, бюджет, ІС:Бухгалтерия бағдарламасы, салық Кодексі.

Кіріспе

Мемлекеттің нарықтық экономиканың қалыптасуына әсер ете алатын экономикалық тетіктері арасында басты рөл салықтарға беріледі. Кез келген мемлекеттің нарықтық дамуы мемлекеттік өмірдің, әсіресе оның экономикасының басты жақтарының реттегіші ретінде салық саясатын пайдалануды кең таратуды көздейді. Отандық және шетелдік тәжірибеде салық және салық жүйесі экономиканы басқарудың ең ұтқыр қаржылық институтының бірі болып табылатынын көрсетеді.