

Производственные и рыночные связи предприятия

Шынтаев Жигер
РДиГБ 341

- В современных условиях развития экономики любой предприниматель, а тем более предприниматель, занимающийся производственной деятельностью, сталкивается с множеством проблем. Первая из них — найти себя в хозяйственном пространстве. Для этого предпринимателю предстоит изучить состояние рынка, предложение и спрос на те или иные товары в интересующей его отрасли, регионе. Следует предусмотреть возможные препятствия или ограничения. Надо изучить возможность получения льгот — заемных, налоговых и др. Таким образом, определяются общие условия инвестирования средств.

Объем продукции и услуг крупных и средних предприятий. Регионы РК. III кв. 2015 (млрд тг)

	Всего			Рост за год			Доля от РК		
	2015/III	2014/III	2013/III	2015/III	2014/III	2013/III	2015/III	2014/III	2013/III
Казахстан	5 654,3	5 191,6	4 800,7	108,9%	108,1%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Астана	1 226,8	1 030,0	997,0	119,1%	103,3%	114,8%	21,7%	19,8%	20,8%
Алматы	1 100,4	928,9	886,7	118,5%	104,8%	103,0%	19,5%	17,9%	18,5%
Атырауская	1 048,1	602,7	496,7	173,9%	121,3%	101,4%	18,5%	11,6%	10,3%
Карагандинская	303,8	338,8	303,4	89,7%	111,7%	100,5%	5,4%	6,5%	6,3%
Мангистауская	302,2	343,5	290,2	88,0%	118,4%	116,2%	5,3%	6,6%	6,0%
ВКО	256,0	278,1	232,2	92,0%	119,8%	102,2%	4,5%	5,4%	4,8%
Актюбинская	249,0	440,4	381,5	56,5%	115,4%	100,0%	4,4%	8,5%	7,9%
Павлодарская	210,2	192,0	257,2	109,4%	74,7%	90,5%	3,7%	3,7%	5,4%
ЮКО	199,5	222,9	213,3	89,5%	104,5%	110,4%	3,5%	4,3%	4,4%
Алматинская	185,5	194,7	142,7	95,3%	136,4%	107,6%	3,3%	3,7%	3,0%
Костанайская	134,3	143,1	134,1	93,9%	106,7%	107,4%	2,4%	2,8%	2,8%
ЗКО	111,9	112,6	109,4	99,4%	102,9%	30,8%	2,0%	2,2%	2,3%
Кызылординская	100,5	131,1	144,5	76,6%	90,8%	112,3%	1,8%	2,5%	3,0%
Ақмолинская	99,9	102,5	89,1	97,5%	115,0%	105,1%	1,8%	2,0%	1,9%
Жамбылская	65,9	69,9	59,9	94,4%	116,6%	103,6%	1,2%	1,3%	1,2%
СКО	60,5	60,4	62,7	100,1%	96,3%	102,9%	1,1%	1,2%	1,3%

Расчеты Ranking.kz на основе данных КС МНЭ РК

- Все эти данные открыты, доступны, содержатся в многочисленных публикациях, в статистической информации, в законодательных актах. Дополняют информацию осведомленные частные лица, нередко очень ценной, информацией не следует пренебрегать.
- Определив свою хозяйственную нишу, можно принимать решение о специализации своего предприятия. Необходимо оценить возможности будущих потребителей, узнать сведения о конкурентах, решить вопрос технологии, с помощью которой производится продукция.



- Немаловажное значение имеет выбор формы предпринимательства — индивидуальной и коллективной. Избрав индивидуальную форму, предприниматель действует на свой страх и риск. Егоприятие является частным, оно принадлежит ему на праве собственности или членам его семьи и в случае неудачи собственник несет полную ответственность по обязательствам предприятия и расплачивается своими средствами и своим имуществом. Сделав выбор в пользу коллективной формы, предприниматель делит ответственность с партнерами по предприятию. Такая форма позволяет уменьшить риск, привлечь дополнительные ресурсы. Выбор формы предприятия — весьма ответственное дело. Необходимо учитывать и хозяйственную, и правовую среду, общественные

ФОРМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ



- Следующий шаг — формирование производственной базы. Предпринимателю предстоит приобрести или взять в аренду производственные и складские помещения, оборудование; станки, приобрести сырье и материалы, полуфабрикаты, привлечь рабочую силу. По этому поводу предприятие вступает в отношения с производителями и поставщиками сырья и материалов, с посредническими фирмами. Работники нанимаются на бирже труда, через объявления в прессе и другими путями.
- Важный этап — привлечение финансовых средств. Собственных средств у предпринимателя или у его партнеров для начала и развития дела, как правило, недостаточно. Дефицит денежных средств можно преодолеть, выпустив акции, т.е. частично передать права участие в капитале и прибыли предприятия, собственные долговые обязательства, а также получив займы в коммерческих банках.

- Предприятие вступает во взаимоотношения с юридическими физическими лицами, приобретающими его акции или долговременных обязательства, а также с коммерческими банками. Кредиты банка подразделяются на краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные. Предоставление банками кредитов предприятиям нередко сопровождается различными страховыми операциями. Страхованию могут подлежать здания, запасы материальных ценностей и др.
- Выпуская акции, облигации и другие ценные бумаги или предоставляя кредиты, предприятие обращается к рынку ценных бумаг, т.е. рынку ценных бумаг, с которыми взаимодействует от во взаимных отношениях с организациями, с которыми велик.



- Важнейшим фактором в рыночной экономике является дух соперничества. Наиболее яркое проявление соперничества — конкуренция. Конкуренция — это экономическое состязание изготовителей одинаковых товаров на рынке за привлечение как можно большего числа покупателей и получение благодаря этому максимальной выгоды.
- Конкуренция — важное средство контроля в рыночной системе. Рыночный механизм предложения и спроса доводит пожелания потребителей до предприятий-изготовителей продукции, а через них — и до поставщиков ресурсов. Однако именно конкуренция заставляет предприятие-изготовителя и поставщиков ресурсов надлежащим образом удовлетворять эти пожелания потребителей. Конкуренция вызывает расширение производства и снижение цены продукта до уровня, соответствующего издержкам производства. Конкуренция заставляет

**“Конкуренция — важное
средство контроля в рыночной
системе.”**



- Понятием, противоположным конкуренции, является монополия. При монополии на рынке имеются только один продавец и множество покупателей. Являясь единственным производителем данного товара, монополист назначает за этот товар на рынке монопольно высокую цену. В результате общество будет нести повышенные издержки, так как относительно меньше потребителей будут покупать товар, произведенный и предлагаемый в условиях монополии. В условиях монополии продавец получает больше. В условиях конкуренции у покупателя меньше.



- Следует также отметить, что монополист как единственный производитель данного товара находится в очень выгодном положении. Он может свободно повышать цену товара, так как не беспокоится о конкурентах, которые, назначая более низкую цену, могли бы захватить рынок. Однако это не означает, что монополист может бесконечно повышать цену, назначать ее сколь угодно высокой. Прежде чем принять решение о цене, монополист изучает рыночный спрос, анализирует издержки своего производства, издержки сбыта продукции.

- В противоположность крупным компаниям малые фирмы действуют по принципу ориентации на нужды. Им жизненно необходимо предлагать рынку что-то новое, реально действенное. Следует отметить, что подавляющее большинство новых товаров рождается на мелких фирмах. У этих организаций сравнительно невысоки издержки производства, им присуща гибкость, они работают с вкладчиками капитала в рискованные предприятия.

**Большое
Спасибо за
внимание!**