

# Қазақ технология және бизнес университеті. Менеджмент және Туризм кафедрасы.

КӘСІПОРЫННЫҢ ӨНДІРІСТІК ҚЫЗМЕТІНІҢ МАҚСАТЫ МЕН МІНДЕТТЕРІ

Дайындаған. Ғалымжан әсем.

# Жоспар.

- 1. Кәсіпорынның өндірістік және нарықтық байланыстары.
- 2. Кәсіпорын және бәсекелестік орта.
- 3. Кәсіпорынның маркетингтік қызметін ұйымдастыру.



## 1. Кәсіпорынның өндірістік және нарықтық байланыстары

- Қазіргі нарық кезеңдерінде кәсіпорын негізгі буын болып саналады. Тек кәсіпорындарда ғана өнім өндіріліп, жұмысшының өндіріс құралдарымен, еңбек заттарымен тікелей байланысты. өндірістік кәсіпорын болып өндірістік-техникалық бірліктерден тұратын ұйымдастыру - әкімшілік және шаруашылық жұмыстарын өз бетінше жүргізе алатын өндірістік бірлік саналады.





- . **Кәсіпорынның өндірістік-техникалық бірлігі** деп белгілі бір аумақта өнім өндіруге қажетті өндіріс құралдарының топтастырылуын айтады.
- . **Кәсіпорынның ұйымдастыру жұмыстары** құрал-жабдықтарға деген меншік түрін анықтаумен қатар, жұмыскерлер ұжымын құру және ұйымдастыру, сыртқы-экономикалық байланыс қызметін қамтиды.
- . **Кәсіпорынның шаруашылық жұмыстары** алдын ала анықталған өндірістік бағдарламаны орындау барысында ҚР-ғы бекітілген заңдарға сәйкес, өз бетінше жұмыс істеуін және әлеуметтік бағыттылығын көрсетеді.
- ҚР-да кәсіпорын иесі болып оның азаматтары, шетелдіктер, азаматтығы жоқ тұлғалар, олардан құралған заңды тұлғалар.





## Кәсіпорынның негізгі мақсаттары

- - өз өнімдері үшін нарықтың көп үлесін жаулап алу
- - жоғары сапалы өнім өндіру
- - технология бойынша нарықта жетекші орынды иелену
- - қолда бар шикізат, еңбек және қаржы ресурстарын ұтымды пайдалану
- - жұмыс бастылықты барынша жоғары деңгейде жеткізу



# Басты мақсатқа жету үшін кәсіпорын бірқатар міндеттерді шешуге тырысады:

- - қандай тауар немесе тауарлар номенклатурасын өндіру және сату керек
- - бұл тауармен қандай нарықтарға шығу керек және нарықта өз позицияларын қалай нығайту керек
- - өндірістің қолайлы технологиясын қалай таңдау керек
- - қандай материалдарды алу және оларды қалай қолдану керек
- - қолда бар қаржы ресурстарын қалай бөлуге болады
- - өндірілетін өнім, оның сапасы, өндіріс тиімділігінің техникалық сипаттамалары бойынша кәсіпорын қандай көрсеткіштерге жету керек.

## 2. Кәсіпорын және бәсекелестік орта.

- Бәсекелестік-нарықтық жүйедегі бақылаудың басты әдісі. Сұраныс пен ұсыныстың нарықтық механизм ретінде тұтынушылар қалауын өндіруші-кәсіпорындарға, ал ол арқылы ресурстармен жабдықтаушыларға жеткізеді.
- Бәсекелестік өндірістің кеңеюіне және бағаның өндіріс шығындарына сәйкес деңгейге дейін төмендеуіне себеп болады. Бәсекелестік кәсіпорындарды ғылыми-техникалық жетістіктерімен толығуына, инновациялық техника және технология, өндіріс пен еңбекті ұйымдастырудың жаңа әдістерін қолдануға итермелейді.

- Адам Смит теориясында «көрінбейтін қол» термині бар. Оның мазмұны өз табысын көбейтуді көздейтін және шиеленіскен бәсекелестік ортада қызмет ететін өндіруші кәсіпорындар және ресурстармен жабдықтаушыларды «көрінбейтін қолмен» бағыттап, сонымен қатар мемлекет және қоғамның мүдделерін де қатар қорғап отырады. Бәсекелестік ортада кәсіпорындар берілген өнім көлемін өндіру үшін ресурстардың ең тиімдісін пайдалануға тырысады. Кәсіпорындардың табысын арттыруға, өнім көлемін көбейтуге ықпалын тигізеді.





### 3. Кәсіпорынның маркетингтік қызметін ұйымдастыру.

- Маркетинг («market» ағылшын сөзі – «нарық») – деп нарық пен экономикалық конъюктураны, өндіретін тауарлар мен қызмет түрлерін тұтынушылардың талабын ескере отырып, кәсіпорынның өнім өндіру мен өткізу және ғылыми-техникалық жұмысын басқарудың нарықтық тұжырымдамасын айтамыз.
- өндірістік кәсіпорынның маркетингтік қызметінің негізгі мақсаты болып өнімге сұранысты қалыптастыру және оны ынталандыру, кәсіпорынның жұмыс жоспары мен басқару жұмыстарында ұтымды шешімдер қабылдай білу және өнімнің нарықта алатын үлес салмағын арттыру, сату көлемін арттыру арқылы табысты молайту болып саналады.
- Кәсіпорында маркетингтік қызметті ұйымдастырудың негізгі мақсатына өндірілген өнімді сату емес, сатылатын өнімді өндіру болып саналады

- Маркетингтік бағдарлама және стратегиялық жоспар жасау кәсіпорынды дамыту жолдарын анықтайды және ол келесі тәртіп бойынша орындалады:
- - кәсіпорынның сан және сапа көрсеткіштері анықталады
- - нарықтық шарттарды болжау және талдау жолымен қол жеткізуге болатын көрсеткіштер бағаланады.
- Маркетингтік зерттеу, талдау, бағдарлама дайындау жұмыстарымен кәсіпорында маркетинг бөлімі айналысады. Оның жұмысының нәтижесі кәсіпорынның болашағын ғана анықтап қоймай, нарықтағы тұрақты жұмыс істеуін де айқындайды.

# Кәсіпорынның қаржы ресурстары





**Назарларыңызға рахмет!!!**