

*Атантаев И.А.***ПРОДУКЦИЯНЫН ЖАҢЫЛАНЫШЫ – ИШКАНАНЫН
ЖАШОО ЦИКЛЫНЫН УЗАРЫШЫНЫН НЕГИЗИ***Атантаев И.А.***ОБНОВЛЕНИЕ ПРОДУКЦИИ – ОСНОВА ПРОДЛЕНИЯ
ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ПРЕДПРИЯТИЯ***I. Atantayev***PRODUCT RENEWAL IS THE BASIS FOR EXTENDING
THE LIFE CYCLE OF AN ENTERPRISE**

УДК: 005.332.8

Продукцияны жаңыртуу ишкананын жашоо циклине олуттуу таасирин тийгизет. Ишкананын жашоо цикли – бул бизнестин өнүгүшүнүн жана иштешинин ар кандай этаптарынын сүрөттөгөн түшүнүк. Продукцияны жаңыртуу бул процесстин маанилүү компоненти болуп саналат жана ишкананын жашоо циклинин ар бир кадамына таасир этиши мүмкүн. Продукцияны жаңыртуу компанияга атаандаштыкка жөндөмдүү болууга, кардарларды тартууга жана кармап турууга, ошондой эле рыноктун өзгөрүп жаткан талаптарына ыңгайлашууга жана төмөндөөнүн алдын алууга мүмкүндүк берет. Продукцияны жаңыртуу бардык тармактардагы ишканалар үчүн, алардын адистигине жана иштөө масштабына карабастан, зарылчылык болуп саналат. Каралган иште, рынок шартында чыгарылуучу продукциянын, ишкананын функцияларынын жашоо циклин узартууга негиз болгон ролу көргөзүлгөн. Жаңы чыгарылуучу продукциялардын атаандаштыкка жөндөмдүүлүгүнүн мааниси каралып, жаңылануу процесстерине тиешелүү талаптар, каражаттар булагы, шарты камтылган. Ишкананын жаңы продукция түрүн чыгаруу блок-схемасы берилген. Ишкананын продукциясын жаңыртууга карата методикалык подход сунушталган.

Негизги сөздөр: продукцияны жаңылоо, ишкананын жашоо цикли, продукциянын атаандаштыкка жөндөмдүүлүгү, жыйналуучу фонд, пайда, блок-схема, жаңылануу процесси.

Обновление продукции имеет существенное влияние на жизненный цикл предприятия. Жизненный цикл предприятия – это концепция, которая описывает различные этапы развития и функционирования бизнеса. Обновление продукции является важной составляющей этого процесса и может повлиять на каждый этап жизненного цикла предприятия. Обновление продукции позволяет компании оставаться конкурентоспособной, привлекать и удерживать клиентов, а также адаптироваться к меняющимся требованиям рынка и предотвращать упадок. Обновление продукции является необходимостью для предприятий всех отраслей, независимо от их специализации и масштабов работы. В работе указана роль обновления выпускаемой продукции, в условиях рыночных отношений, как основа продления его жизненного цикла. Рассмотрена важность конкурентоспособности продукции, необходимые требования, средства и условия ее обновления. Приведена блок-схема обновления выпускаемой продукции предприятия. Предлагается методический подход процесса обновления выпускаемой продукции предприятия.

Ключевые слова: обновление продукции, конкурентоспособность продукции, накопительный фонд, прибыль, блок-схема, процесс обновления.

Product renewal has a significant impact on the life cycle of the enterprise. The life cycle of an enterprise is a concept that describes the various stages of the development and functioning of a business. Product renewal is an important component of this process and can affect every stage of the enterprise life cycle. Product renewal allows the company to remain competitive, attract and retain customers, as well as adapt to changing market requirements and prevent decline. Product renewal is a necessity for enterprises of all industries, regardless of their specialization and scope of work. This study shows the basis role of the products created in the market conditions on the extending the life cycle of the enterprise's functioning. It was also considered the importance of the competitiveness of new products, and the requirements, sources of funds and conditions for the renewal processes are included. A block diagram of the company's production of a new type of product is presented. A methodical approach to updating the company's products was proposed.

Key words: product innovation, life cycle of companies, product competitiveness, accumulated fund, profit, block diagram, innovation process.

Рыноктук мамилелер шартында, кандайдыр бир учурда, ишкана чыгарып жаткан продукция башка атаандаштар чыгарып жаткан продукцияларга салыштырмалуу, өзүнө мүнөздүү технологиялык сапаты боюнча утгура баштайт. Жыйынтыгында, ага болгон сууроо солгундап, баа төмөндөп, ишкананын таап жаткан кирешеси азаят. Кризиске учурап, банкрот болуп, ишкананын жашоо цикли кыскарат. Демек, ишкананын ички жана тышкы чөйрөсүнүн өзгөрүүсүнүн негизинде пайда болгон шарттарды эске алуу менен анын өсүү багытын жакшыртуу талапка ылайык.

Ишкананын кирешесин көбөйтүүнүн негизги жолу болуп, анын техникалык жана экономикалык жактарын комплекстүү тастыктап, кароо процессине негизделген, чыгаруучу продукцияны жаңылоого карага иштелип чыуучу мерчемдерди атасак болот.

Продукцияны жаңылоо негизинен төмөнкү убактарда керек болот:

1. Атаандаштарга караганда ишкананы кризистик абалга алып келген өндүрүштүгү көп чыгымдуулук жана ишкананын финансылык абалы оордогондо.
2. Ишкананын акыбалынын начарлап кетиши,

б.а. продукцияга болгон суроонун ылдыйлап баштоосу, акырындап анын атаандаштык деңгээлинин төмөндөп, кирешесинин азайышына алып келгенде. Мындай учурда ишкана, пайда болгон негативдик процесстерден арылууга карата, тийиштүү чараларды көрүүсү максатка ылайык.

3. Туруктуу абалда өсүп иштей турган, ишкана үчүн тийиштүү атаандаштык артыкчылыгы жаратуу керектиги болгондо. Кайсы бир убакта өзүнүн ишмердигин оңоп, бирок ошол абалда токтогон ишкананы бакша атаандаштары кууп гана жетпестен артка калтырып кетээри айдан ачык.

Жаңыланууну эки нукка бөлүп карасак туура болот:

1. *Качан ишкана банкроттукка кетелип, опурталдуу чекке келгендеги кризистик жаңылануу.* Мында, кечиктирилбес мерчемдерди кабылдап, кризистик абалдан чыгуу маселелерин чечүү абзел.

2. *Өсүүгө карата жаңылануусу.* Бул өсүү динамикасы ылдыйлаганда, аны оңдоп, атаандаштардан озуп, рыноктун өзгөрүлүп жаткан шартына карата тууралап түздөнүүнү, онолууну кабылдайт.

Жалпылап караганда жаңылануу процесси төмөнкүдөй:

1. Ишкананын абалы жөнүндө ар тараптан жалган анализге карата максаттарды аныктап керектүү маселелерди коюу.

2. Тийиштүү ишмердик моделинин эффективдүүлүгүн баалоо.

3. Жаңы технологиялык процесстерди иштеп чыгуу же болгон технологиялык процесстерди кайрадан долбоорлоо, эффективдүү иш процедураларын жана жаңы маалымат технологияларын ишке киргизүү.

4. Болгон ресурстардын жаңылануучу процесстерге болгон дал келүүчүлүгүн баалоо.

5. Жаңыланган процесстерди жаңы продукция чыгарууга киргизүү.

Түзүлгөн кырдаалды комплекстик анализдөө негизинде, ишкананын ишмердигиндеги экономикалык,

уюштуруучулук, финансылык, техникалык, юридикалык аспектер боюнча болгон эффективдүү жана эффективдүү эмес процесстерди табуу абзел.

Эгерде процесстин бир бөлүгү, же бүтүндөй процесс, же чыгарылуучу продукция максатка ылайыктуу болбосо, аны жаңылоого чечим кабылдоо талапка ылайык. Анын үстүнө, илимий-техникалык процесстин өсүүсү, чыгарылуучу продукциянын технологиясынын дайыма өркүндөшүн талап кылат.

Эгерде ишкана жаңы продукцияны өзү чыгарууга чечим кабылдаса, анын алдында төмөнкүдөй проблеманы чечүү маселелери келип чыгат.

1. Маркетинг изилдөөлөрүн жасоо.

2. Жаңы продукциянын техникалык параметрлерин жана сапатынын деңгээлин аныктоо.

3. Жаңы продукцияны долбоорлоо жана иштеп чыгуу.

4. Өндүрүштү техникалык даярдоо, иштетүүгө керектүү финансылык жана башка каражаттарды аныктоо.

5. Жаңы продукцияны чыгаруунун потенциалдык көлөмүн тактоо.

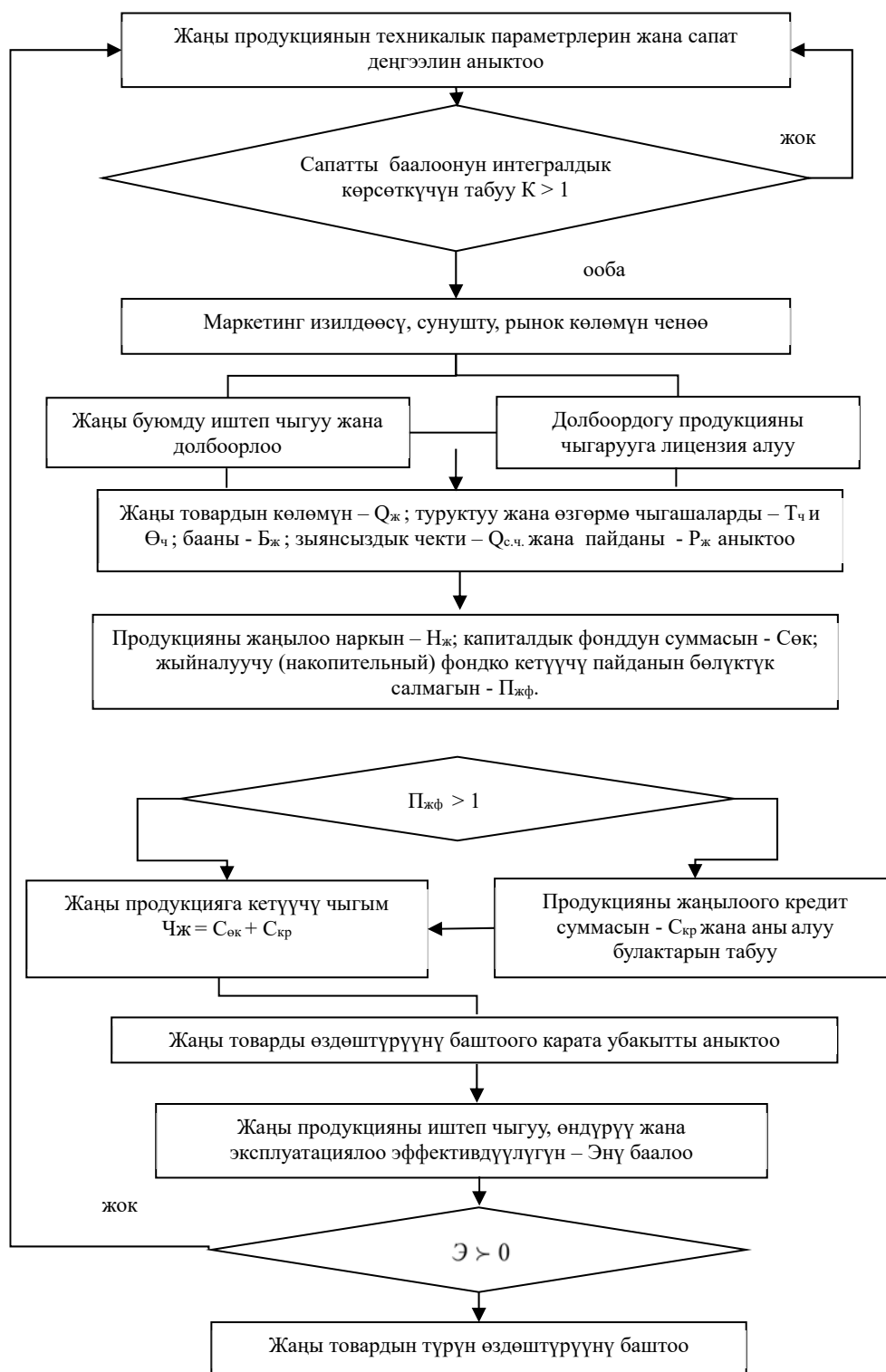
6. Продукцияга болгон туруктуу жана өзгөрүлүүчү чыгымдарды, бааны жана рентабелдүүлүктү аныктоо.

7. Жаңы продукциянын экономикалык эффективдүүлүгүн баалоо.

8. Продукцияны жаңылоонун максатка ылайыктуулугу тууралуу чечимди кабылдоо.

Ишкананын жаңы продукция түрүн чыгаруу блок-схемасы 1-сүрөттө чагылдырылган.

Рынок маалында чыгарылуучу продукциянын сапаты, анын техникалык мүнөздөмөсү ишкана үчүн өтө маанилүү, себеби алар, ишкананын тышкы жана ички рыноктогу атаандаштык деңгээлин аныктайт. Продукциянын атаандаштыкка жөндөмдүүлүгү анын рыноктогу ага окшош товарга болгон талаптарга ылайыкташтыгы жана жооп берүү мүмкүнчүлүктөрү аталат.



1-сүрөт. Ишкананын жаңы продукция түрүн чыгаруу блок-схемасы.

Продукциянын пайдалуу эффективинин пайдалануу баасына болгон катышына карата продукциянын атаандаштыктуулугун бааласа болот. Мында, пайдалуу эффективинин продукциянын интегралдык көрсөткүчүнүн мүнөздөмөсү, б.а. анын сапаты катары түшүндүрсө болот.

$$K = ((\sum X_i / ПБ) \quad (1)$$

Мында, $\sum X_i$ – сапаттын салыштырмалуу суммасы менен туюнтулган продукциянын пайдалуу эффективиси;

ПБ – каралган продукциянын сатылуучу баасы менен эксплуатациялануу наркынын суммасы.

Чыгарылуучу продукциянын атаандаштыкка жөндөмдүүлүгүн аныктоодо, аны атаандаштын окшош продукциясы менен салыштыруу абзел.

Чыгарылуучу продукциянын атаандаштык жөндөмдүүлүгүнүн деңгээли A төмөнкүдөй аныкталмакчы:

$$A = A_j / A_a \quad (2)$$

Мында A_j – жаңы продукциянын атаандаштыкка жөндөмдүүлүгү; A_a – атаандаштын продукциясынын атаандаштыкка жөндөмдүүлүгү.

Эгерде A мааниси 1ден чоң болсо, анда жаңыланууга карата каралган продукция атаандаштыкка жөндөмдүү деп эсептелет да максатка ылайыктуу болот.

Ишкана чыгарып жаткан продукцияны жаңылоого карата чечим кабылдаса, анда төмөнкүдөй чыгымдарга учурамакчы:

1. Илим изилдөө жана тажрыйба – конструктордук иштерди (ИИТКИ) аткарууга, продукцияны даярдоо технологиясын иштеп чыгууга ($Ч_{итки}$).

2. Эски жабдыктарды демонтаждоо жана жаңы өндүрүшкө жайды кайрадан даярдоого ($Ч_{дем}$).

3. Жаңы технологияга карата керектүү жабдыктарды сатып алуу, ишке киргизүү жана мурдагы жабдыктарды кайрадан иштетүүгө даярдоого ($Ч_{жж}$).

4. Жабдыктардын керектүү жабдууларын иштеп чыгуу жана даярдоого ($Ч_{жж\cdot}$).

5. Өндүрүштү технологиялык даярдоого ($Ч_{отд}$).

6. Продукцияны чыгарууга кетүүчү материалдык-техникалык ресурстарды алуу ($Ч_{мтр}$).

7. Керектүү персоналды даярдоо жана кайрадан окутуу ($Ч_{пер}$).

8. Жаңы өндүрүштү өздөштүрүүгө ($Ч_{өзд}$).

Ушундан улам, продукцияны жаңылоого кеткен жалпы чыгым ылдыйкылардан турарына күбөбүз:

$$Ч_{пж} = Ч_{итки} + Ч_{дем} + Ч_{жж} + Ч_{жж\cdot} + Ч_{отд} + Ч_{мтр} + Ч_{пер} + Ч_{өзд} \quad (3)$$

Эгерде көрсөтүлгөн чыгымдар ишкананын мурдагы пайдасынан түзүлгөн өздүк каражаттын (жыйналуучу фонддун) негизинде ишке ашса, ал жакшы вариант болуп эсептелет.

Жыйналуучу фонд (ЖФ) эски продукциянын

жардамы менен T периодунда алынган пайданын бөлүгү менен жаралат.

$$ЖФ = П_{жф} * P * T = П_{жф} * T * (B - \Theta H) * Q, \quad (4)$$

Мында, $П_{жф}$ – жыйналуучу фондко кетүүчү пайданын бөлүктүк салмагы;

P – эски продукцияны чыгарганда алынган пайда;

B – эски продукциянын баасы;

Q – продукциянын орточо жылдык көлөмү;

ΘH – продукциянын өздүк наркы.

Ишканада алдыдагы жаңыланууну ишке ашыруу үчүн, жыйналуучу фонддогу сумма, жаңылануу чыгымдарына барабар же андан көп болуусу шарт б.а:

$$П_{жф} * T * (B - \Theta H) * Q = Ч_{пж} \quad (5)$$

Мында,

$$П_{жф} = Ч_{пж} / T * (B - \Theta H) * Q \quad (6)$$

Эгерде, эсептеп келгенде, $П_{пж} > 1$ болсо, алынган пайда жаңыланууга жетишсиз болгонун түшүндүрөт. Демек, ишкана жаңыланууга кошумча каражат булактарын издеп табуусу абзел.

Жаңыланууну соңку этабы анын эффективдүүлүгүн аныктоо, аны баалоо үчүн төмөнкү методго кайрылууну сунуштайбыз.

Мында, жаңылануудагы бардык камсыздоо, өндүрүү, сатуу системасындагы пайда табуунун мааниси максималдашат.

$$P = \int_{t_p}^T Q(t) dt - \int_{t_p}^T Z(t) dt \rightarrow \max, \quad (7)$$

мында, $\int_{t_p}^T Q(t) dt$ – Жаңылануунун $T - t_p$ (t_p - реакция-

лануу чекити) маалындагы, ишкананын өндүрүш-чарба ишмердигинин кирешеси;

$\int_{t_p}^T Z(t) dt$ – Жаңылануунун $T - t_p$ (t_p - реакцияла-

нуу чекити) маалындагы, ишкананын өндүрүш-чарба ишмердигинин чыгашасы;

Максималдашуу функциясы (7) төмөнкү чектөөлөрдө ишке ашат:

$$\sum_{t=1}^T \sum_{i=1}^n N_{j,t} \cdot L_{i,t} \leq M_j, j = \overline{1, n}, \quad (8)$$

мында $N_{i,t}$ - t периодундагы чыгарылуучу жаңы i – продукциясынын чыгарылуучулук көлөмү;

M_j – ресурстардын жалпы саны;

$L_{i,t}$ - t периодундагы чыгарылуучу жаңы i – продукциясынын даярдоого кеткен j - ресурстун саны;

$$N_{i,j}^{\min} \leq N_{it} \leq N_{i,t}^{\max}, i = \overline{1 \div n}; t = \overline{1, T} \quad (9)$$

мында, $N_{i,j}^{\min}$, $N_{i,t}^{\max}$ - жаңы i – продукциянын t периодундагы даярдалуусундагы тиешелүү ылдыйкы жана жогорку чектер.

Жаңылануу процессине карата, жаралган кырдаалды, ишкананын жекече өзгөчөлүгүн эсепке алуу менен, анын практикасында болгон баалуулуктарды, инновациялык жетишкен жактарын, ар тараптан колдонууну коштогон мерчемдер системасын жаратуучу жумуштардын комплексин, өз ирээти менен, тийиштүү ырааттуулукта ишке ашыруу керек. Жыйынтыгында, ишкана кризиске кабыл болуудан, банкроттуктан алыстап, жашоо циклынын узарышына шарт түзүлмөкчү.

Жалпысынан, ошондой эле белгилей кетүү керек заманбап бизнес өзгөрүүлөрдүн жана өнүгүүнүн түбөлүк кыймылы менен курчалган. Атаандаштык артыкчылыктарын жана иштин натыйжалуулугун издеп, ишканалар ийгиликке жетүү үчүн маанилүү факторлордун бири катары продукцияны жаңыртууга көбүрөөк көңүл бурушту. Продукцияны жаңыртуу ишкананын жашоо циклинин негизи болуп, анын атаандаштыкка жөндөмдүүлүгүн жана узак мөөнөттүү туруктуулугун камсыз кылат.

Продукцияны жаңыртуунун негизги артыкчылыктарынын бири – бул рыноктун өзгөрүп жаткан муктаждыктарын канааттандыруу. Рыноктун талаптары жана каалоолору дайыма өзгөрүп турат жана бул өзгөрүүлөргө тез жооп берүүгө жана ыңгайлашууга жөндөмдүү ишканалар атаандаштыкка жөндөмдүү бойдон калууда. Продукцияны жаңыртуу ишканага рыноктун эң актуалдуу талаптарына жооп берген продукцияны иштеп чыгууга жана өндүрүүгө жана атаандаштыктан озуп кетүүгө мүмкүндүк берет.

Продукцияны жаңыртуунун дагы бир маанилүү

аспектиси-продукциянын сапатын жана ишенимдүүлүгүн жогорулатуу. Заманбап керектөөчүлөр барган сайын талапты күчөтүп, компаниялардан эң жогорку сапаттагы товарларды гана күтүшөт. Продукцияны жаңыртуу ишканага жаңы технологияларды киргизүүгө, өндүрүш процесстерин өркүндөтүүгө жана өндүрүш ишин оптималдаштырууга мүмкүндүк берет, натыйжада продукциянын сапаты жана ишенимдүүлүгү жогорулайт.

Мындан тышкары, продукцияны жаңыртуу сатуунун өсүшүнө жана ишкананын рыноктук үлүшүнө өбөлгө түзөт. Керектөөчүлөргө жаңы функцияларды жана артыкчылыктарды берген жаңы өнүмдөр көбүнчө рынокто чоң кызыгууну жана суроо-талапты жаратат. Продукцияны жаңыртуу ишканага товарлардын линиясын кеңейтүүгө, жаңы кардарларды тартууга жана учурдагы сатып алуучуларды сактап калууга мүмкүндүк берет, бул сатуунун көбөйүшүнө жана рыноктун үлүшүнүн өсүшүнө алып келет.

Жыйынтыктап айтканда, продукцияны жаңыртуу рыноктун лидерлигин сактап калууга жөндөмдүү ийгиликтүү ишкананын ажырагыс элементи болуп калат. Бул ишканага ийкемдүү жана рыноктун өзгөрүшүнө ийкемдүү болууга, продукциянын сапатын жана ишенимдүүлүгүн жогорулатууга, кардарлар базасын кеңейтүүгө жана сатууну көбөйтүүгө мүмкүндүк берет. Продукцияны жаңыртуу-бул ишкананын жашоо циклинин негизи жана анын ийгилиги жана гүлдөп өсүшү үчүн зарыл шарт.

Адабияттар:

1. Атантаев И. Проблемы функционирования предприятий в современных условиях. / Монография. Бишкек: Изд. «Текник». 2008. - 300 с.
2. Жданов С.А. Методы и рыночная технология экономического управления. - М.: «ДИС». 1998. - 265 с.
3. Зарецкий А.Д., Иванова Т.Е. Промышленные технологии и инновации Учебник. СПб.: Изд. Питер, 2018. - 480 с.
4. Малюк В.И., Немчин А.М. Производственный менеджмент. Учебное пособие. СПб.: Изд. Питер, 2008. - 277 с.
5. Щесняк Е.А., Фоминых М.Ю. Процесс обновления продукции на предприятиях в рыночных условиях. / Вестник РУДН, №1. – С. 94-97.