

УДК 388.24

На правах рукописи

КАНАПИЯНОВА САУЛЕ КУМАРГАЗЫЕВНА

«Формирование и реализация стратегии развития предприятия (на примере ГК «КК Олений Парк»)»

6М050700 Менеджмент

Автореферат
магистерской работы на соискание
академической степени магистра

Республика Казахстан
г. Усть-Каменногорск, 2011

УДК 388.24

Работа выполнена в Восточно-Казахстанском государственном техническом университете им. Д. Серикбаева»

Научный руководитель: кандидат технических наук, доцент
кафедры инновационный менеджмент
Егезеков М.Г.

Официальный оппонент: доктор экономических наук, профессор
кафедры экономической теории ВКГУ им.
Аманжолова
Кайгородцев А.А.

Защита состоится «23» июня 2011 г. в 14.00 часов на заседании диссертационного совета Восточно-Казахстанского технического университете им. Д. Серикбаева по адресу г.Усть-Каменогорск, ул. Д. Серикбаева, 19.

С диссертацией можно ознакомиться в научно-технической библиотеке Восточно-Казахстанского государственного технического университете им. Д. Серикбаева, а так же на www.ektu.kz

Автореферат разослан «_____» мая 2011 года.

Ученый секретарь
диссертационного совета

А.С.Тюлежанова

1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы магистерской работы. В современных условиях промышленным предприятиям приходится самостоятельно решать вопросы финансирования инновационной деятельности. Одним из важнейших аспектов инвестиционной политики на предприятии является выделение приоритетных направлений вложения средств. Поэтому в направленной на повышение инновационной активности, стратегии развития промышленных предприятий, обеспечивающей их конкурентоспособность на рынке, необходимо уделять существенное внимание механизмам реализации стратегии.

Поэтому актуальной является проблема совершенствования механизма формирования стратегии развития предприятий.

Цель данной работы – разработать стратегию предприятия ГК «КК Олений Парк»

Для достижения цели поставлены следующие задачи:

- изучить и раскрыть теоретические основы формирования стратегии развития предприятия;
- провести анализ деятельности ГК КК «олений парк»;
- разработать мероприятия по стратегии развития стратегического развития предприятия.

Объектом исследования является ГК «КК Олений Парк».

Предметом исследования выступают процессы формирования стратегии предприятия.

В ходе выполнения данной магистерской диссертации был проведен анализ ГК «КК» «Олений парк»

Информационной базой исследования служит законодательная база Республики Казахстан, периодические издания, учебная литература, а также всемирная сеть Интернет, а также бриф-анализ ГК «КК» «Олений парк»

Объем и структура работы. Магистерская диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы, приложений, содержит 19 рисунков и 15 таблиц.

Во введении обосновывается актуальность темы, определены цели и задачи, объект и предмет исследования, раскрывается теоретико-методологическая база, сформулирована научная новизна и практическая значимость

В первой главе определены теоретические основы формирования стратегии развития предприятия. Проанализирована динамика развития предприятия ГК «КК» «Олений парк» Восточно-Казахстанской области

Во второй главе дан анализ формирования стратегии ГК «КК» «Олений парк». Определена привлекательность рынков сбыта для продукции КХ «Катон-Карагайский олений парк». А также даны рыночные характеристики продукции пантового мараловодства

В третьей главе представлены маркетинговая стратегия развития предприятия

В заключении диссертации изложены основные выводы и предложения.

Научная новизна магистерской работы заключается в обосновании комплексного подхода к формированию оптимальной стратегии развития.

Практическая значимость. Работа имеет практическое значение состоит в том, что результаты исследования доведены до уровня конкретных рекомендаций по формированию формирования стратегии, играющего существенную роль в реализации стратегии развития предприятия.

2 ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ

1 Теоретические основы формирования стратегии развития предприятия

Формирование стратегии - это одна из функций управления, которая представляет собой процесс выбора целей организации и путей их достижения. Стратегическое планирование обеспечивает основу для всех управленческих решений. Поэтому, большинство предприятий и организаций ориентированы на выработку стратегических планов развития. Динамичный процесс стратегического планирования является тем зонтиком, под которым укрываются все управленческие функции, не используя преимущества стратегического планирования, организации в целом и отдельные люди будут лишены четкого способа оценки цели и направления предприятия. Процесс формирования стратегии обеспечивает основу для управления членами организации. Проецируя все выше написанное на реалии обстановки в нашей стране, можно отметить, что стратегическое планирование становится все более актуальным для казахских предприятий и организаций, которые вступают в жесткую конкуренцию как между собой так и с иностранными субъектами хозяйственной деятельности. А.Чандлер, автор одной из пионерских работ в области стратегического планирования, считает, что стратегия - "это определение основных долгосрочных целей и задач предприятия и утверждение курса действий и распределения ресурсов, необходимых для достижения этих целей". Определение стратегии Чандлера дополняется требованием экономичности для принимаемых курсов действий "Формирование стратегии определяется путём сопоставления возможностей и ресурсов предприятия с учётом приемлемого уровня риска" [1, с. 47].

Стратегия развития предприятия вырабатывается в ходе реализации процесса стратегического планирования, проводимого на предприятии. По существу это результирующий объект работ по стратегическому планированию. Вообще же понятию стратегии развития сопутствуют два этапа стратегической деятельности специализированной команды предприятия:

- работы по стратегическому планированию - выработка набора стратегий, начиная от базовой стратегии предприятия и заканчивая функциональными стратегиями и отдельными проектами;

- работы по стратегическому управлению - реализация определённой стратегии во времени, корректировка стратегии в свете новых обстоятельств.

Стратегия предприятия - это упорядоченная во времени система приоритетных направлений, форм, методов, средств, правил, приемов использования ресурсного, научно-технического и производственно-сбытового потенциала предприятия с целью экономически эффективного решения поставленных задач и поддержания конкурентного преимущества.

Процесс выработки стратегии не завершается каким-либо немедленным действием. Устанавливаются общие направления,

продвижение по которым обеспечит рост и укрепление позиций предприятий.

Стратегия должна быть использована для разработки стратегических проектов методом поиска. Роль стратегии в поиске состоит в том, чтобы помочь сосредоточить внимание на определенных участках и возможностях; отбросить все остальные возможности как несовместимые со стратегией.

В ходе формулирования стратегии нельзя предвидеть все возможности, которые откроются при составлении проекта конкретных мероприятий. Поэтому приходится пользоваться обобщенной, неполной информацией о различных альтернативах. Вместе с тем нельзя пренебрегать предположениями, гипотезами, интуицией. В настоящее время все больше необходим пристальный, свежий взгляд в будущее, а закономерности и гипотезы прошлого возводятся в вечную истину

Выбор стратегии осуществляет руководство фирмы на основе анализа ключевых факторов, характеризующих ее состояние и внешнюю среду, портфеля продукции, а также характера и сущности реализуемых стратегий. Следует отметить, что единой стратегии не существует. Каждая фирма уникальна в своем роде, поэтому и процесс выработки стратегии специфичен, так как зависит от позиции фирмы на рынке, динамики ее развития, потенциала, поведения конкурентов, характеристик производимого ею товара или оказываемых услуг, состояния экономики, культурной среды и др. В то же время есть основополагающие моменты, позволяющие говорить о некоторых обобщенных принципах выработки стратегии деятельности.

Из ключевых факторов прежде всего исследуются сильные стороны отрасли и сильные стороны фирмы. Зачастую они являются решающими при выборе стратегии. Необходимо стремиться к максимальному использованию имеющихся возможностей. При этом важно искать возможности развертывания бизнеса в новых отраслях, обладающих потенциальными задатками для роста.

Проводится анализ внутренних и внешних факторов деятельности предприятия. В итоге такого анализа должен остаться небольшой набор обоснованных выводов, которые станут базой для построения стратегии. Стратегия разрабатывается на основе сильных сторон (с одновременным подавлением недостатков), при этом учитываются источники возможностей и опасностей, выявленные во внешней среде.

Существенно влияют на выбор стратегии финансовые возможности фирмы. Такие шаги в поведении фирмы, как выход на новые рынки, разработка нового продукта или переход в новую отрасль, требуют больших финансовых затрат. Поэтому фирмы, имеющие большие финансовые ресурсы, либо обладающие легким доступом к ним, находятся в гораздо лучшем положении для выбора вариантов стратегии.

Квалификация работников, так же как и финансовые ресурсы, является сильным ограничительным фактором при выборе стратегии фирмы. Углубление и расширение квалификационного потенциала работников -

важнейшее условие, обеспечивающее возможность перехода к новым производствам либо качественному технологическому обновлению существующего.

Большое влияние на выбор стратегии фирмы оказывает степень зависимости от внешней среды. Бывают такие ситуации, когда фирма настолько зависит от поставщиков или покупателей ее продукции, что не вольна делать выбор стратегии исходя из возможностей более полного использования своего потенциала. В этом случае внешняя зависимость играет более значительную роль в выборе стратегии фирмы, чем все остальные факторы.

Сильная внешняя зависимость также может быть обусловлена правовым регулированием поведения фирмы, например, антимонопольным законодательством, социальными ограничениями, влиянием природной среды, политическими факторами и т.д. Еще один ключевой фактор - интересы руководства фирмы. Например, руководство любит рисковать или, наоборот, стремится всеми способами избегать риска. Это может быть решающим фактором в выборе стратегии. В другом случае руководство фирмы может взять курс на поглощение другой фирмы, только исходя из того, что оно решило свести личные счета или доказать что-то определенным лицам.

Обязательно должен приниматься во внимание временной фактор. Дело в том, что и возможности, и угрозы для фирмы, и планируемые изменения всегда имеют определенные временные границы. При этом важно учитывать и календарное время, и продолжительность интервалов осуществления конкретных действий по реализации стратегии. Часто успеха добивается та фирма, которая лучше умеет управлять процессами во времени. При анализе портфеля продукции, т.е. набора вариантов инвестиций, производится сравнение доли фирмы или ее изделий на рынке с темпами роста всей хозяйственной деятельности. Здесь может быть использована матрица Бостонской консультативной группы, которая поможет выбрать ту или иную стратегию. Например, если изделие фирмы занимает большую долю рынка и имеет высокие темпы роста ("звезда"), фирма скорее всего будет придерживаться стратегии роста. Наоборот, если изделие занимает малую долю рынка и имеет низкие темпы роста ("собака"), фирма может выбрать стратегию сокращения. С помощью анализа портфеля продукции могут быть сбалансированы такие важнейшие факторы бизнеса, как риск, поступление денег, обновление и отмирание определенных видов деятельности.

В последние десятилетия в мире складывается сложная экологическая ситуация. По данным Всемирной Организации Здравоохранения (ВОЗ) некачественной средой обитания спровоцировано возникновение 60% заболеваний, что диктует необходимость создания новых форм оздоровления людей. Важную роль в этом играет и будет играть пантовое мараловодство и оленеводство, и его продукция. Основная продукция отрасли – панты, снятые в период роста неокостеневшие рога пятнистых оленей и маралов.

Панты на мировом рынке ценятся за их экологическую чистоту и лекарственные свойства.

Пантовое оленеводство – довольно своеобразный бизнес. В числе главных «фишек» не только технологические особенности, но и философия участников рынка.

В отличие от 80-х годов прошлого столетия, когда традиционным поставщиком на мировой рынок был Советский Союз (например, только один Алтайский край производил 10 тонн в год, что превышало 60% от общемировых показателей), сегодня расстановка сил изменилась благодаря бурному развитию мараловодства в Новой Зеландии и Канаде. Это - равнинные страны без резких колебаний климата и животных здесь разводят на огороженных участках с культурно-пастбищным содержанием. Панты таких животных уступают по содержанию биологически ценных веществ, но берут количеством.

Сегодня в мире большим спросом пользуются продукты переработки пантов.

Применение лекарств на основе пантов и крови оленей в народной медицине насчитывает более 2000 лет. Как культура поддержания здорового образа жизни народная медицина получила развитие в Китае, в странах Юго-Восточной Азии и на Тибете. Многие рецепты из пантов дошли до наших дней. К примеру, сейчас в Китае производится около 76 видов таблеток, в состав которых входят разные оленьи части.

Пантовое оленеводство в настоящее время занимает серьезное место в производстве препаратов для лечения и профилактики здоровья каждого 3-го человека в мире.

Сфера использования: оздоровительное и лечебное питание, санаторно-курортное лечение, при изготовлении безалкогольной и алкогольной, парфюмерно-косметической продукции, оздоровительный отдых.

Одним из главных факторов, влияющих на развитие рынка сбыта продукции пантового оленеводства, является особая философия ее потребления. Восточный менталитет очень сильно отличается от западного, в т.ч. и в вопросах медицины. Восточная медицина основывается на понятии жизненной энергии человека. Уровень здоровья определяется количеством этой энергии в теле, концентрацией в отдельных центрах и возможностью отдельного перемещения. Панты в этом отношении обладают не особым биохимическим составом и комплексом микроэлементов, а мощной энергетикой, которая способна исцелять. Европейскому сознанию, построенному на результатах исследования представителей естественных наук, сложно понять, принять и оценить любую энергию, помимо электрической. Несмотря на то, что полезность их в настоящее время научно доказана, внедрение этой идеи в сознание потенциальных потребителей требует продолжительного времени.

2 Анализ деятельности ГК «КК» «Олений парк»

Мараловодство в Восточном Казахстане было основано более 100 лет назад. В Катон-Карагае сосредоточено 60% всего поголовья маралов и оленей страны. В последние годы происходит как сокращение поголовья маралов и пятнистых оленей, так и снижение их продуктивности.

Таблица 5 - Продукция ГК «Катон-Карагайский олений парк»

Код ТН ВЭД ЕврАзЭС	Наименование по ТН ВЭД ЕврАзЭС	Наименование продукции предприятия	Исследуемые рынки
0507 90 000 0	Слоновая кость, панцири черепах, ус китовый и щетина из китового уса, копыта, ногти, когти и клювы необработанные или подвергнутые первичной обработке, но без придания формы; порошок и отходы этих продуктов: Прочие	Панты марала и пятнистого оленя	Республика Казахстан, ВКО, Катон-Карагай Китай, Гонконг
2106 90 200 0	Составные спиртовые полуфабрикаты, кроме продукции на основе душистых веществ, используемые при производстве напитков	Бальзамы и эликсиры спиртосодержащие	
2106 90 980 3	Смеси витаминов и минеральных веществ, предназначенные для сбалансированного дополнения к питанию	Бальзамы и эликсиры спиртонесодержащие	

По данным Таможенного комитета РК в анализируемый период объемы экспорта продукции пантового мараловодства характеризуются значительным снижением в физическом объеме (за исключением продукции, соответствующей коду 2106 90 200 - «Составные спиртовые полуфабрикаты, кроме продукции на основе душистых веществ, используемые при производстве напитков», экспорт которой вообще отсутствует). Цены

предложения в зависимости от вида продукции значительно колебались по годам.

Экспорт по товарной позиции 2106 980 3 осуществлялся только в страны СНГ. Цены экспортируемых из Казахстана смесей витаминных и минеральных веществ... существенно колебались по годам - непрерывно возрастали с 2003 года по 2005 год, в последующие годы произошло существенное их снижение.

Каждый продукт экспортируемый Казахстаном в страны Азии и Европы отличается своей разностью. Далее будут показан, мировой опыт и экспорт по продукциям ГК «Катон – Карагайский Олений Парк».

Мировой импорт продукции по товарной позиции «Слоновая кость, панцири черепах, ус китовый и щетина из китового уса, копыта, ногти, когти и клювы необработанные или подвергнутые первичной обработке, но без придания формы; порошок и отходы этих продуктов» в 2008 году оценивается почти в 64 млн. долл. США. В течение последних 5 лет (2004-2008гг.) наблюдается ежегодное снижение стоимости продукции на мировом рынке на 2% и физических объемов на 4%. За период 2007-2008гг. снижение стоимостного показателя составило 4% в год.

Основным потребителем казахстанской продукции являются близлежащие страны-соседи: Кыргызстан, Узбекистан и Таджикистан. Доля этих стран в экспорте составляет свыше 87%. Лидирующую позицию в этой тройке стран занимает Кыргызстан, его доля в казахстанском экспорте в 2008 году составила 72,1%.

Рассмотрение рынков Китая и Гонконга в целях потенциального рынка для сбыта казахстанской продукции по продукции на уровне 10 знаков, т.е. 2106 90 980 3 не представляется возможным. В базе данных МТЦ Trade MAP статистические данные по рассматриваемому продукту представлены на уровне 8 знаков: 2106 90 98.

Основным экспортером в мир данной продукции является Швеция. Основными покупателями продукции на протяжении последних 5 лет были: Финляндия, Норвегия, Япония, Дания и Великобритания.

Анализ хозяйственной деятельности предприятия является существенным элементом в оценке финансовой деятельности предприятия и аудита. Практически все участники рынка используют методы анализа хозяйственной деятельности для принятия решений по оптимизации своих интересов.

Собственники анализируют финансовые отчеты для повышения доходности капитала, обеспечения стабильности повышения фирмы. Кредиторы и инвесторы анализируют финансовые отчеты, чтобы минимизировать свои риски по займам и вкладам. Можно твердо говорить, что качество принимаемых решений целиком зависит от качества аналитического обоснования решения.

Основным (а в ряде случаев и единственным) источником информации о финансовой деятельности делового партнера является бухгалтерская отчетность, которая стала публичной. Отчетность предприятия в рыночной

экономике базируется на обобщении данных финансового учета и является информационным звеном, связывающим предприятие с обществом и деловыми партнерами - пользователями информации о деятельности предприятия.

Субъектами анализа выступает, как непосредственно, так и опосредованно, заинтересованные в деятельности предприятия пользователи информации. К первой группе пользователей относятся собственники средств предприятия, кредиторы (банки и др.), поставщики, клиенты (покупатели), налоговые органы, персонал предприятия и руководство. Каждый субъект анализа изучает информацию исходя из своих интересов. Следует отметить, что только руководство (администрация) предприятия может углубить анализ отчетности, используя данные производственного учета в рамках управленческого анализа, проводимого для целей управления.

Вторая группа пользователей финансовой отчетности - это субъекты анализа, которые хотя непосредственно и не заинтересованы в деятельности предприятия, но должны по договору защищать первую группу пользователей отчетности. Это аудиторские фирмы, консультанты, биржи юристы, пресса, ассоциации, профсоюзы.

Понятие сбыт в литературе употребляется в двух аспектах: в широком смысле как целостный процесс доведения товара от производителя до конечного потребителя, а в узком как собственно продажа. Выбор путей распределения товаров и услуг важнейшая задача предприятия. Сейчас важно не только производить качественные товары и услуги, но организовывать их сбыт. Девиз маркетинга на сегодняшний день таков: «Производить то, что покупается, а не продавать то, что производится».

Следует отметить, что если наблюдается тенденция к снижению продаж или прибыли, то одной из наиболее вероятных причин могут быть причины, связанные с наличием в производственной программе малоприбыльной продукции. Именно поэтому следует проводить анализ сбыта, который играет важную роль при принятии решений в области товарной политики. Анализ должен, прежде всего, показать абсолютное и относительное значение конкретных продуктов и их групп в рамках общего их объема, то есть структуру сбыта. Исходя из данных по сбыту могут приниматься решения по конкретным продуктам, касающиеся их развития в количественном и качественном отношении или снятия с производства.

Существует множество различных направлений маркетинговой деятельности: маркетинговые исследования, товарная политика, система формирования спроса и стимулирования сбыта, сбытовая политика, рекламная деятельность и т.д. Анализ структуры сбыта позволяет оценить степень зависимости или автономности фирмы по отношению к своим торговым посредникам, позволяет принять правильное решение относительно структуры каналов сбыта, ведь пути распределения влияют на весь комплекс маркетинга. Также нужно отслеживать развитие конкурентов, продвигать свои товары на рынок с помощью определенных стратегий и рекламы, вовремя улавливать сигналы рынка.

3 Разработка и реализация стратегии развития предприятия

Сегодня в мире большим спросом пользуются продукты переработки пантов. Применение лекарств на основе пантов и крови оленей в народной медицине насчитывает более 2000 лет. Как культура поддержания здорового образа жизни народная медицина получила развитие в Китае, в странах Юго-Восточной Азии и на Тибете. Многие рецепты из пантов дошли до наших дней. К примеру, сейчас в Китае производится около 76 видов таблеток, в состав которых входят разные олени части.

Пантовое оленеводство в настоящее время занимает серьезное место в производстве препаратов для лечения и профилактики здоровья каждого 3-го человека в мире.

Сфера использования: оздоровительное и лечебное питание, санаторно-курортное лечение, при изготовлении безалкогольной и алкогольной, парфюмерно-косметической продукции, оздоровительный отдых.

Одним из главных факторов, влияющих на развитие рынка сбыта продукции пантового оленеводства, является особая философия ее потребления. Восточный менталитет очень сильно отличается от западного, в т.ч. и в вопросах медицины. Восточная медицина основывается на понятии жизненной энергии человека. Уровень здоровья определяется количеством этой энергии в теле, концентрацией в отдельных центрах и возможностью отдельного перемещения. Панты в этом отношении обладают не особым биохимическим составом и комплексом микроэлементов, а мощной энергетикой, которая способна исцелять.

Европейскому сознанию, построенному на результатах исследования представителей естественных наук, сложно понять, принять и оценить любую энергию, помимо электрической. Несмотря на то, что полезность их в настоящее время научно доказана, внедрение этой идеи в сознание потенциальных потребителей требует продолжительного времени.

Для определения привлекательных рынков сбыта для продукции потребуется анализ рынков интересующих нас стран. В нашем случае это страны Азии, являющиеся как партнерами, так и привлекательными рынками сбыта продукции.

Стратегический маркетинг является составляющей частью маркетингового менеджмента и стратегического менеджмента предприятия. Его основная задача заключается в разработке маркетинговой стратегии для достижения маркетинговых целей фирма с учетом рыночных требований и возможностей предприятия.

Таблица 15 – мероприятия по развитию стратегии

Мероприятия	Ответ - ый	Срок внедрения	Эффективность мероприятия	Примечание
Управление 1.1 Выбор и формирование стратегии завоевания рынка	Директор	2 квартал 2011 г до 2015 г	Постоянное планирование рынка, контроль стратегии развития	Отчет в денежном выражении является коммерческой тайной
1.2 Предлагаемая структура управления	Директор	4 квартал 2011 г до 2015 г	Улучшение качества и объема информации исследовательского рынка	
Технология 2.1 Совершенствование методов переработки сырья	Технолог	постоянно	Более тонкая переработка пант с увеличением ассортимента	Использование мирового опыта. Больше упора на свои наработки
Маркетинг 3.1 Картирование всех рынков сбыта, детальное исследование мирового рынка	Директор, маркетолог	4 квартал 2011 г до 2015 г	Повышения доходности, снижения общих затрат производительности и продукции	Оптимальный выбор рынка сбыта (постоянно)
Финансы 4.1 Формирование и реализация прозрачного финансового отчета предприятия	Директор, главный бухгалтер	2012-2015	Новая информация для коллектива, улучшения атмосферы в коллективе	Доступность отчетов
Кадры 5.1 Постоянное обучение и переподготовка кадров	Начальник отдела кадров	постоянно	Повышение квалификации работников	

Список опубликованных работ:

1. Применение бриф-анализа для стратегии развития предприятия // Материалы III МТК «Наука и образование в современном мире»; - М.: МЭСИ, 2011г.

ТҮЙІНДЕМЕ

Қанапиянова Сауле Кумаргазыевна

(Бұғы бақ КК ГКОларының мысалында) кәсіпорынның дамытуын стратегияның құрастыру және іске асыруы

Магистерлік жұмысының тақырыбының өзектілігі. Өнеркәсіптік кәсіпорындарға қазіргі шарттарында инновациялық қызметтің қаржыландырылуының сұрақтарын шешуге өз алдына дәл келеді. Инвестициялық саясаттың ең маңызды тұрғыларының кәсіпорынындағы бір құралдардың салуының басым бағыттарының ерекшеленуі болып табылады. Бағытталған олардың бәсекеге түсе алатындығы стратегияның іске асыруының тетіктеріне маңызды көңіл бөлу керек базарға маңызды көңіл бөлу керек қамтамасыз ететін инновациялық белсенділікке, өнеркәсіптік кәсіпорындардың дамытуды стратегиясының жоғарылатуына

Сондықтан көкейкесті кәсіпорындардың дамытуды стратегияның құрастыруын тетігі әбден жетілдірудің проблема болып саналады.

Осы жұмысты мақсат - отандық және шетел тәжірибесінің теориялық және жаттығу жағдайларының зерттеуін негізде бар нәтижелер және олардың негізінде талдасын (Бұғы бақтың Кктің ГКОлары) кәсіпорынның стратегиясының құрастыруын тиімділікті жоғарылатылуға мүмкіндік беретін жолдарды істеп шығару

Мақсатқа жетулер үшін келесі есептер орнатылған:

- кәсіпорынның стратегиясы және оның құрастырылуының әдістерін қарап шығу;
- кәсіпкерліктің стратегиясының түрлерін анықтау;
- стратегияның құрастырылуының теориялық тұрғыларын зерттеу;
- форманың түрлері, маркетинг талдауын белгіні сипаттау;
- Бұғы бақтың Кктің ГКОлардың стратегиясы құрастырудың талдау жүргізу»
- пантты бұғы шаруашылығының нарықтық өнім сипаттамаларын анықтау
- бұғы шаруашылығының аймақтық дамытуын стратегияның іске асыруының тетіктерін жасау
- ұсынылатын шаралардың тиімділігі бағалау.

Зерттеу нысаналар Бұғы бақтың Кктің ГКОлары болып табылады.

Зерттеулер затпен кәсіпорынның стратегиясының құрастырылуының процесстерін сөз сөйлейді.

Орындау барысында осы магистерлік жұмысы Бұғы бақтың Кктің ГКОларының талдауы жүргізілді»

Зерттеудің ғылыми жаңалығы дамытуды ұтымды стратегияның құрастыруына кешенді жолдың дәлелдеуінде болады.

Жұмыс жаттығу маңыздылығы жаттығу мәні болады зерттеу нәтижелер стратегияның құрастыруын құрастыру бойынша нақты ұсыныстардың деңгейіне дейін алып жүретін, кәсіпорынның дамытуын стратегияның іске асыруындағы көп ойнаушы маңызды рөлін тұрады.

ABSTRACT

Kanapiyanova Saule Kumargazyevna

"Formation and implementation of enterprise development strategies (for example, GC QC Deer Park)"

Relevance of the topic of master's work. In modern conditions of industrial enterprises have to decide on financing innovative activities. One of the most important aspects of investment policy at the enterprise is the selection of priority areas of investment. Therefore, aimed at increasing innovation activity, development strategies of industrial enterprises to ensure their competitiveness in the market, it is necessary to pay considerable attention to mechanisms for implementing the strategy.

Therefore, urgent is the problem of improving the mechanism of formation of an enterprise development strategy.

The aim of this work - based on the study of theoretical and practical positions of domestic and foreign experience to analyze the available results, and based on them to develop approaches to enhance the formation of business strategy (SC QC Deer Park ")

To achieve the following objectives:

- Review business strategy and its method of construction;
- Identify the types of business strategies;
- Explore the theoretical aspects of strategy formation;
- Describe the types of forms, the criteria for marketing analysis;
- An analysis of strategy formation GK "KK" Deer Park "
- To determine the market characteristics of the products of reindeer antlers
- Develop mechanisms for implementing regional development strategies of

reindeer herding

- Assess the effectiveness of the proposed activities.

Object of study is GC QC Deer Park.

The subject of the study are the processes of formation of business strategy.

In the course of this master's thesis was an analysis of GC "QC", "Deer Park"

Scientific novelty of the study is to justify a comprehensive approach to the formation of the optimal strategy development.

The practical significance of the work has practical significance lies in the fact that the study brought to the level of specific recommendations on the formation of strategy formation, which plays a significant role in the development strategy of the enterprise.