

СУВОРОВА ЕКАТЕРИНА АЛЕКСАНДРОВНА

**ФОРМИРОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СТРАТЕГИИ
РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ
(НА ПРИМЕРЕ ФТОО «АКСАЙ-НАН» ХБК ПО ВКО)**

Автореферат

магистерской работы на соискание
академической степени магистра экономики и бизнеса по специальности
6М050600 – «Экономика»

Республика Казахстан
г. Усть-Каменогорск
2011

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

Научный руководитель: к.э.н., доцент ВКГТУ им.Д.Серикбаева
Локотко А.В.

Официальные оппоненты: к.э.н., доцент ВКГУ им.С.Аманжолова
Ситникова Е.С.

Защита состоится «21» июня 2011г. в 10.00 на заседании диссертационного совета в «Восточно–Казахстанском государственном техническом университете им. Д.Серикбаев» по адресу: г.Усть – Каменогорск, ул. Серикбаева 19, аудитория Г-3-210

С диссертацией можно ознакомиться в научно – технической библиотеке Восточно – Казахстанского государственного технического университета им. Д.Серикбаева

Автореферат разослан «21» мая 2011г.

Ученый секретарь диссертационного совета

Курмангалиев А.А.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы магистерской работы. Актуальность темы работы определяется тем, что на сегодняшний день стратегия - это основополагающий стержень в управлении предприятием, который должен обеспечивать устойчивый экономический рост и развитие предприятия, повышение конкурентоспособности производимой им продукции и оказываемых услуг.

В условиях жесткой конкурентной борьбы и быстроменяющейся ситуации фирмы должны не только концентрировать внимание на внутреннем состоянии дел, но и выработать долгосрочную стратегию поведения, которая позволяла бы им адаптироваться в окружающей действительности.

Цель работы – исследование теоретических вопросов и разработка экономической стратегии предприятия.

Цель исследования предопределила постановку и решение следующих задач:

- рассмотреть понятие стратегии предприятия и принципы ее формирования;
- привести классификацию стратегий предприятия;
- рассмотреть международный опыт разработки стратегии;
- проанализировать хозяйственную деятельность предприятия;
- провести анализ финансового состояния предприятия;
- разработать экономическую стратегию предприятия и оценить эффективность предлагаемых мероприятий.

Объектом исследования является ФТОО «Аксай Нан» ХБК по ВКО.

Предметом исследования является производственно-финансовая деятельность предприятия, а также совокупность теоретических, методических вопросов формирования экономической стратегии функционирования и развития предприятия.

В магистерской работе проводится анализ производственно-финансовой деятельности ФТОО «Аксай Нан» ХБК по ВКО.

Информационной базой исследования служит законодательная база Республики Казахстан, периодические издания, учебная литература, а также официальные материалы ФТОО «Аксай Нан» ХБК по ВКО, финансовая отчетность предприятия.

Объем и структура работы. Магистерская работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы, приложений.

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

В первой главе рассмотрены теоретические основы формирования экономической стратегии предприятия.

Во второй главе дана общая характеристика объекта исследования и проведен анализ: системы управления компании, объемов выпуска продукции, экономических показателей, финансового состояния компании, показателей эффективности и деловой активности предприятия.

В третьей главе разработаны направления по формированию экономической стратегии предприятия: обоснован выбор стратегии развития предприятия; проведен анкетный опрос предпочтений потребителей продукции, разработан план продвижения хозрасчетного цеха в г. Семей с целью расширения продаж овсяного печенья в Восточно-Казахстанской области и РК.

В заключении работы приводятся основные выводы по проведенному исследованию и определена стратегия ФТОО «Аксай Нан» ХБК по ВКО как стратегия развития рынка.

Научная новизна магистерской работы заключается в том, разработана стратегия развития рынка ФТОО «Аксай Нан» ХБК по ВКО.

Практическая значимость проведенного исследования заключается в том, что выводы, рекомендации и предложения могут быть использованы ФТОО «Аксай Нан» ХБК по ВКО для формирования стратегии развития рынка, что позволит укрепить и стабилизировать его финансовое положение.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ

1 Концептуальные основы экономической стратегии функционирования и развития предприятия

1.1 Понятие стратегии предприятия и принципы ее формирования

Рыночная экономика, ориентированная на экономические методы управления, предопределяет необходимость исследования понятия экономической стратегии предприятия и принципов ее формирования.

В экономической литературе встречаются различные определения категории стратегии. Обобщение различных точек зрения на понятие стратегии позволяет выделить следующую формулировку: стратегия представляет собой совокупность действий, необходимых для достижения поставленных целей путем рационального использования ресурсов экономической системы. Цель стратегии – добиться долгосрочных конкурентных преимуществ, которые обеспечат производственной системе высокую рентабельность и жизнеспособность.

Выделим важнейшие элементы, определяющие содержание стратегии:

- формирование целей развития системы;
- совокупность правил и приемов достижения целей;
- наличие ресурсов для реализации правил и приемов в достижении целей системы.

Сопоставляя подходы этих и других авторов к определению содержательной стороны стратегического управления можно констатировать, что в основном ученые придерживаются принципов И. Ансоффа и Г. Минцберга. Они рассматривают методологию стратегического менеджмента, как состоящую из двух взаимодополняющих подсистем:

1) управление стратегическими возможностями, включающее анализ и выбор стратегической позиции, или «запланированная стратегия»;

2) оперативное управление проблемами в реальном масштабе времени, позволяющее фирмам реагировать на неожиданные изменения или «реализуемая стратегия».

Сведем последовательность формирования стратегического поведения к следующим четырем блокам:

1) «анализ» (оценка внешнего и внутреннего окружения, определение миссии, формулировка целей);

2) «планирование» (планирование стратегии, постановка задач);

3) «реализация» (разработка планов, проведение структурных изменений);

4) «контроль» (формирование бюджетов, оперативное управление, оценка и контроль).

1.2 Классификация стратегий предприятия

Классификационные признаки, на основании которых стратегии организаций могут быть разбиты на классы, также достаточно разнообразны (таблица 1).

Таблица 1 - Виды стратегий стратегии роста по товарам/рынкам

Товары	Рынки	
	Существующие	Новые
Существующие	I стратегия совершенствования деятельности (того, что уже делаешь)	II стратегия развития рынка (расширение границ рынка)
Новые	III стратегия разработки новых товаров (товарная экспансия)	IV стратегия диверсификации

Выработанные с помощью приведенной матрицы (таблица 2) общие стратегии подлежат в дальнейшем доводке до полной адекватности целям развития предприятия. Каждый квадрант матрицы отделяет какую-либо общую стратегию и ее элементы.

Квадрант I показывает направленность стратегии предприятия на существующие продукты и рынки.

Квадрант II показывает направленность стратегии на развитие рынка, т.е. на создание новых рынков для выпускаемой уже достаточно долго продукции. Эта стратегия эффективна, если организация стремится расширить свой рынок за счет проникновения на новые географические рынки, в т.ч. в других странах; внедрения в новые сегменты рынка, спрос на которые еще не удовлетворен; новых предложений существующих товаров и интенсификации рекламы; освоения новых сегментов рынка, когда для известной продукции выявляются новые области применения. В стратегии развития рынка возможны следующие альтернативы:

- освоение новых сегментов на том же рынке;
- выход на новые рынки в стране и в зарубежных странах.

В квадранте III представлена стратегия товарной экспансии - совершенствования выпускаемых товаров и разработки новых продуктов для сложившихся и давно освоенных рынков.

Квадрант IV - стратегия диверсификации. Реализация стратегии диверсификации предполагает разработку новых продуктов и новых рынков. Поэтому она наиболее рискованная, так как никогда нет полной уверенности, что новые рынки готовы принять новую продукцию и она будет пользоваться вниманием покупателей.

Любая стратегия включает общие принципы, на основе которых руководители данной организации могут принимать взаимоувязанные решения, призванные обеспечить координированное и упорядоченное достижение целей в долгосрочном периоде.

Выделяют четыре различные группы таких принципов (правил) (таблица 2)

Таблица 2 – Принципы принятия стратегических решений

Наименование	Содержание
Правила, используемые при оценке результатов деятельности фирмы в настоящем и в перспективе.	Качественную сторону критериев оценки обычно называют ориентиром, а количественное содержание – заданием.
Правила, по которым складываются отношения фирмы с ее внешней средой, определяющие: какие виды продукции и технологии она будет разрабатывать, куда и кому сбывать свои изделия, каким образом добиваться превосходства над конкурентами.	Продуктивно-рыночная стратегия или стратегией бизнеса.
Правила, по которым устанавливаются отношения и процедуры внутри организации.	Организационная концепция
Правила, по которым фирма ведет свою повседневную деятельность	Основные оперативные приемы

Реализация стратегии осуществляется через разработку программ, бюджетов и процедур, которые можно рассматривать как среднесрочные и краткосрочные планы реализации стратегии.

Результаты реализации стратегии оцениваются, и с помощью системы обратной связи осуществляется контроль деятельности организации, в ходе которого может происходить корректировка предыдущих этапов.

1.3 Международный опыт разработки стратегии

Стратегическое управление стало входить в практику управления американскими компаниями с конца 60-х годов. В крупных компаниях США для разработки и реализации стратегии была создана управленческая структура, не совпадающая с организационной структурой фирмы. Основным звеном этой системы стали стратегические центры хозяйствования, в которые включаются производственные отделения по следующим признакам: общность рынков сбыта, однотипность и взаимозаменяемость продукции; обеспеченность ресурсами для ее разработки, производства и реализации; наличие сопоставимых по профилю и потенциалу конкурентов. Сейчас в крупных американских фирмах насчитывается от 30 до 50 СЦХ. Они могут создаваться на разных уровнях управления, включая подотрасли, группы производств или производство отдельных товаров. Все они имеют равный статус в системе стратегического управления независимо от масштабов деятельности фирмы.

Система стратегического управления возникла в фирмах Японии намного раньше, чем в американских и западноевропейских компаниях, и применяется значительно шире. Особое внимание в системе стратегического управления придается разработке целей, которые затем составляют основу долгосрочного планирования. Новое в планировании и стратегии в японских компаниях характеризует переход от количественных показателей плана к стратегическому качественному «плану», от порядка «снизу вверх» к системе «сверху вниз» или системе взаимосвязей уровней управления.

2 Анализ финансово-хозяйственной деятельности ХБК ФТОО «Акса́й-На́н»

2.1 Общая характеристика предприятия

Хлебобараночный комбинат «Акса́й» - одно из крупнейших современных хлебопекарных предприятий Республики Казахстан. «Акса́й-на́н» является признанным лидером хлебопекарной промышленности страны.

ХБК ФТОО «Акса́й-На́н» вырабатывает следующие виды изделий:

- хлеб;
- хлебобулочные изделия.

Основные поставщики сырья (мука, соль, дрожжи, маргариновая продукция) расположены на территории Республики. Со всеми поставщиками заключены договора, условия которых выполняются обеими сторонами.

Производство оснащено технологическим оборудованием, изготовленным в России и Украине. Основные фонды, здания, сооружения и инженерные сети находятся в удовлетворительном состоянии.

Внутрипроизводственными задачами являются:

- максимальный выпуск в соответствии с ГОСТ и стандартами производства хлебобулочных изделий;
- внедрение новой техники, технологии;
- максимальное использование мощностей;
- строгое выполнение правил эксплуатации оборудования;
- обеспечение бесперебойной работы всех производственных звеньев;
- соблюдение строжайшего режима экономии; и т.д.

В таблице 3 представлена структура производства продукции по предприятию в 2008-2010 годы по видам изделий.

Таблица 3 – Структура производства за 2008 -2010 годы по группам изделий

Наименование изделий	Удельный вес, %			Изм. структуры, п.п.		
	2008г.	2009г.	2010г.	2009-2008	2010-2009	2010-2008
Хлеб из пшеничной муки	67,22	62,34	53,9	-4,88	-8,44	13,32
Хлеб из смеси ржаной и пшеничной муки	6,8	9,49	13,54	2,69	4,05	6,74
Диетические сорта хлеба	1,15	1,53	1,82	0,38	0,29	0,67
Булочные изделия и сдоба	3,23	4,46	6,81	1,23	2,35	3,58
Прянично-бараночные изделия	17,92	18,83	18,49	0,91	-0,34	0,57
Кондитерские изделия	2,21	1,03	1,27	-1,18	0,24	-0,94
Сухарные изделия	1,47	2,32	4,17	0,85	1,85	2,7
Всего по заводу, тонн	100	100	100	0	0	0

Анализ объемов производства по группам изделий показывает, что хлеб из пшеничной муки занимает около 54% в структуре объемов производства, прянично-бараночные изделия и хлеб из смеси ржаной и пшеничной муки – 18,49% и 13,54% соответственно. Остальные три группы изделий, занимают менее 10% в структуре объемов производства продукции.

Плановая мощность завода, в настоящее время, составляет более 44 тонн продукции в сутки. По результатам 2008-2010 гг., среднесуточные объемы производства составляют около 7,59 тонн продукции. Таким образом, предприятие использует производственные мощности на 17% и соответственно несет убытки.

2.2 Анализ финансового состояния предприятия

Показатели платежеспособности ФТОО ХБК Аксай по ВКО «Аксай-нан-Оскемен» позволяют сделать вывод об ограниченной платежеспособности и ликвидности предприятия по показателям абсолютной, быстрой ликвидности, доле оборотных средств в активах, обеспеченности собственными оборотными средствами. Анализ абсолютных и относительных показателей финансовой устойчивости показал, что предприятие в 2008-2010 гг. по всем показателям оценивается как финансово не устойчивое, сопряженное с нарушением платежеспособности, но при котором всё же сохраняется возможность восстановления равновесия путём пополнения источников собственных средств за счёт сокращения дебиторской задолженности, ускорения оборачиваемости запасов.

2.3 Анализ хозяйственной деятельности предприятия в рамках экономической стратегии предприятия

Оценка эффективности использования основных фондов предприятия показала, что на предприятии слабо обновляются основные средства, о чем свидетельствуют коэффициенты технического состояния основных средств.

За 2008-2010 годы наблюдается увеличение производительности труда на 994,11 тыс.тг/чел., при сокращении численности персонала на 36 человек.

Показатели деловой активности не стабильны: по одним отмечено ускорение оборачиваемости (оборачиваемость запасов), по другим замедление (оборачиваемость краткосрочных активов, дебиторской задолженности), что является свидетельством о неэффективной политике управления активами.

Анализ рентабельности указывает о повышении эффективности деятельности предприятия по практически всем показателям за 3 года, кроме рентабельности затрат, которая имеет отрицательную динамику за 2010 год.

В целом по заводу рентабельность затрат на производство продукции составила – 22,38%. Наименьший показатель рентабельности наблюдается по хлебу из пшеничной муки (-26,08%), группе «булочные и сдобные изделия» (-6,82%), кондитерские изделия (3,62%). Наибольший показатель рентабельности наблюдается по прянично-бараночным изделиям (23,84%), сухарным изделиям 17,49%), хлебу из пшеничной муки (11,08%).

3. Разработка экономической стратегии ХБК ФТОО «Акса́й-На́н»

3.1 Анализ рынка хлеба в г. Усть-Каменогорске

Восточно-Казахстанская область характеризуется как одна из динамично развивающихся областей и входит в пятерку лидеров республики по объему промышленного производства. Она занимает выгодное положение для экспорта продукции, но в тоже время эти позиции невыгодны для рынка товаров общественного потребления, так как поступаемый импорт продуктов зачастую более конкурентоспособен.

По области производством хлеба и хлебобулочных изделий заняты 47 предприятий. Два предприятия по области включены в государственный реестр предприятий, занимающих доминирующее положение в данной отрасли: ТОО «Акса́й-На́н» и ТОО «Каравай», что представлено на рисунке 1.

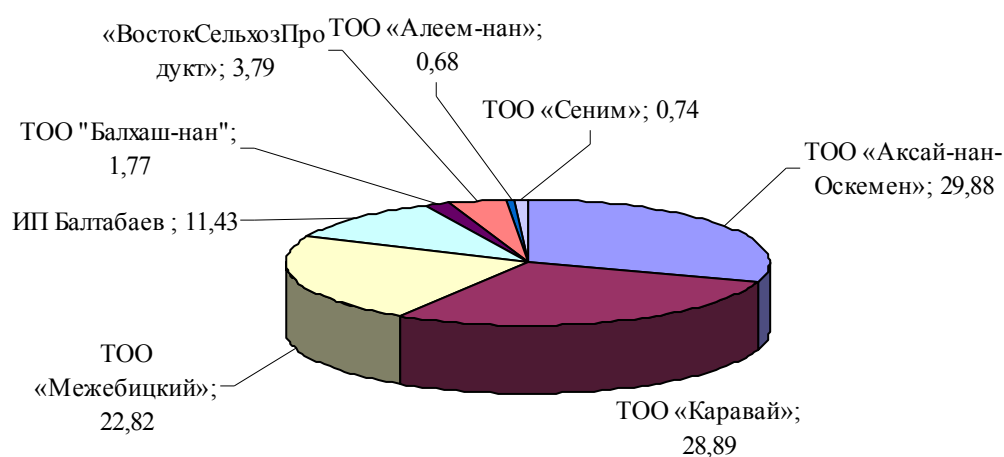


Рисунок 1 – Доля рынка хлеба г. Усть-Каменогорска, %

Основная масса хлебопекарских предприятий Усть-Каменогорска придерживается политики «следования за лидером», то есть наивыгоднейшие цены для производителя устанавливают 2 хлебозавода: «Акса́й-нан» и «Каравай». При этом их продукция соответствует всем стандартам качества.

Цены на основные виды хлеба (за килограмм) колеблются по городу в пределах: хлеб 1 сорт– 67-90 тенге., хлеб Бородинский – 157-200, хлеб ржано-пшеничный – 120-134 тг, хлеб отрубной 88-133 тг, батон нарезной – 129-138 тг. В принципе, цены по Усть-Каменогорску приблизительно.

ТОО «Акса́й-нан-Оскемен» и ТОО «Каравай» занимают ведущее место в производстве хлебобулочных, кондитерских изделий, обеспечивая хлебом и хлебобулочными изделиями более 90% населения города Усть-Каменогорска и более 80% ВКО.

3.2 Выбор стратегии ТОО «Акса́й-на́н»

Устойчивость развития ФТОО «Акса́й-на́н» будет определяться согласно избранной стратегии, реализация которой зависит от потенциала предприятия.

Стратегия развития предприятия ФТОО «Акса́й-на́н» на наш взгляд должна быть направлена на увеличение производства принципиально новых видов продукции и технологий, улучшение качества производимых хлебобулочных, макаронных и кондитерских изделий и расширение рынка сбыта, а это требует отражения в разработанной инновационной стратегии предприятия.

Своевременное регулирование структуры ассортимента выпускаемой продукции позволит ФТОО «Акса́й-на́н» значительно расширить ассортимент и выйти в смежные высокорентабельные сектора производства, свободные от жесткой конкуренции.

Стратегия внедрения на рынок новых товаров является одним из направлений стратегии развития рынка ФТОО «Акса́й-на́н».

Был проведен анкетный опрос предпочтений потребителей продукции.

После изучения запросов потенциальных потребителей, конкурентной среды, характеристики товара (потребительская стоимость, удовлетворяющая те или иные потребности покупателя) пришли к выводу о необходимости повышения конкурентоспособности товара.

Анализ анкет показал, что респондентам хорошо знакома фирма - многие покупатели в Усть-Каменогорске приобретают хлеб и хлебные изделия именно в ФТОО «Акса́й-На́н». Потребителей интересуют новые сорта хлеба и хлебобулочных изделий, полезных для здоровья.

Анализ рынка хлебопродуктов города Усть-Каменогосрка показывает, что на данном этапе развития хлебобулочного производства для обеспечения устойчивости ФТОО «Акса́й-На́н» необходимо применить в качестве базовой экономической стратегии – стратегия развития рынка. Данная стратегия предполагает невысокий риск, что крайне выгодно в данных экономических условиях развития отрасли в регионе.

Основной целью стратегии развития рынка ТОО «Акса́й-на́н» должен являться выпуск конкурентоспособной продукции. Для увеличения объемов спроса на реализуемую конкурентоспособную продукцию стратегия должна базироваться на четырех составляющих: внедрение на рынок новых видов продукции, обновление и модернизация производственных и непроизводственных фондов, расширение рынков сбыта и расширение научно-технического потенциала.

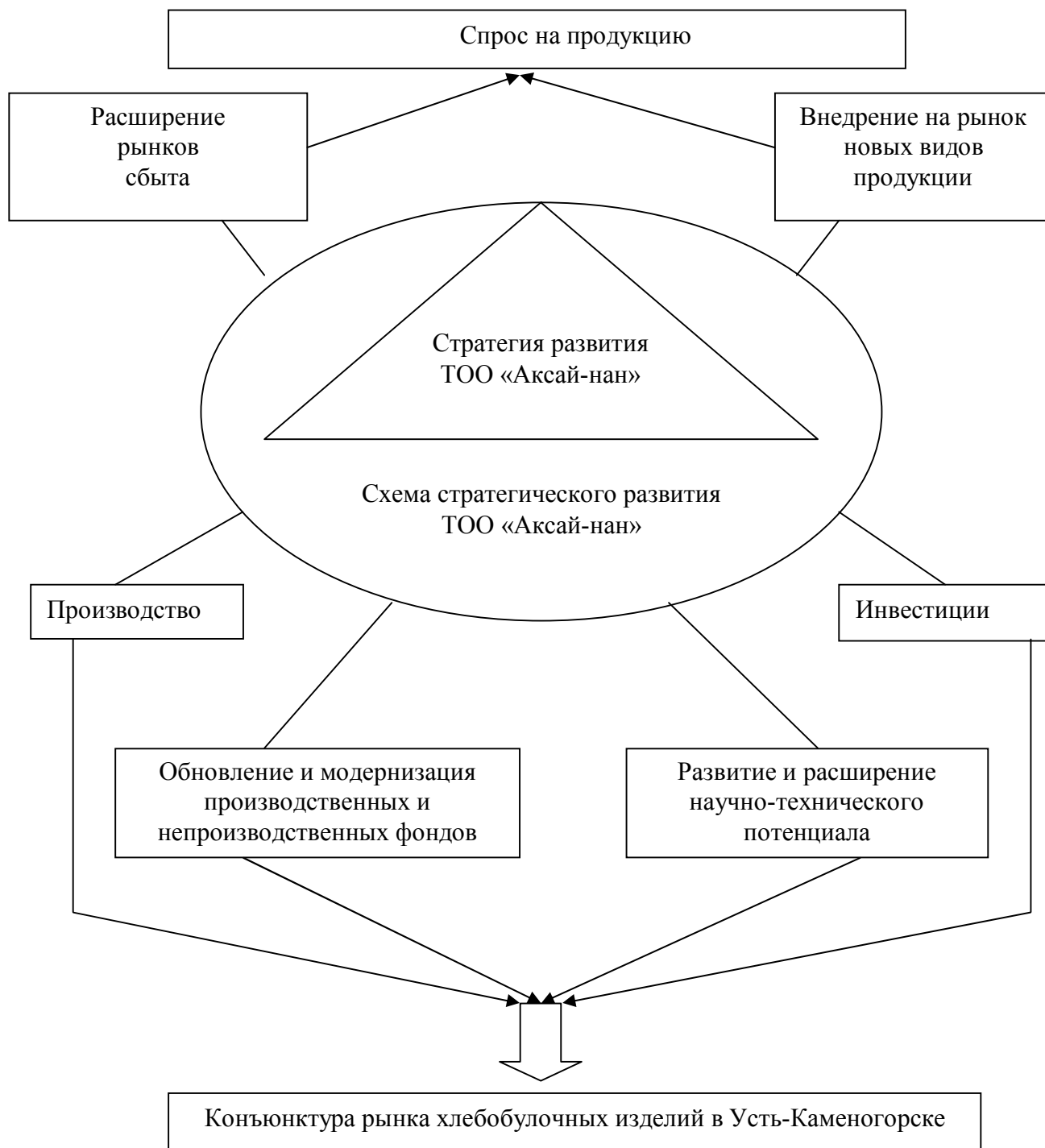


Рисунок 2 – Стратегия развития ФТОО «Аксай-нан-Оскемен»

Стратегия развития рынка должна эффективно повлиять на деятельность ФТОО «Аксай-нан». Стратегия позволит повысить качество и конкурентоспособность выпускаемой продукции, расширить ассортимент. Внедрение современных технологий позволит обеспечить предприятию повышению рентабельности. Разработанная стратегия развития ТОО «Аксай-нан» обеспечит соответствующий уровень защиты на рынке пищевых продуктов ВКО.

Конкурентное преимущество ФТОО «Аксай-Нан» на наш взгляд может быть достигнуто за счет выпуска на рынок уникальной, единственной в своем роде продукции, основанной на собственных конструкторских разработках - цельнозернового хлеба «Зернышко». Рентабельность производства этого хлеба составит 71,51%. Предполагаем, что этот продукт, обладая уникальными качествами будет пользоваться спросом у покупателей, как новый вид хлеба и как продукт полезный для здоровья.

Одним из направлений стратегии развития рынка ФТОО «Аксай-Нан» должно стать обновление и модернизация основных производственных фондов, что является важнейшим условием и резервом роста эффективности производства.

Для повышения эффективности деятельности и автоматизации процесса выпечки хлеба предприятию предлагается приобретение оборудования:

- Автоматическая дозировочная станция ВНИИХП-04.
- Дозатор с электронным сигнализатором уровня ЭСУ-1.
- Гидравлический солерастворитель конструкции И.Г.Лифенцева.
- Порционный сахарорастворитель марки ШСК.

Необходимые ресурсы для реализации проекта составили 1748,52 тыс.тенге.

Оценка эффективности инвестиционного проекта проводилась на основании сопоставления дисконтированных денежных потоков и подтвердила экономическую эффективность предлагаемых мероприятий.

3.3 Разработка проекта по продвижению хозрасчетного кондитерского цеха в г.Семей для производства овсяного печенья

Для включения в экономическую стратегию ТОО «Аксай-Нан-Оскемен» предлагается план продвижения хозрасчетного кондитерского цеха г. Семей. Основная ставка делается на продвижение овсяного печенья в ВКО и РК.

Кондитерский цех в г. Семей в данный момент является структурным подразделением филиала ТОО ХБК «Аксай» по Восточно-Казахстанской области «Аксай – нан – Оскемен». Данный цех расположен на территории АО «Восточно-Казахстанский Мукомольно-комбикормовый комбинат» по адресу г. Семей пл. Мелькомбината №1 и отдален от филиала более чем на 200 км. Для успешного начала работы данного проекта считаем необходимым вывести цех в отдельное юридическое лицо, произвести ротацию кадрового состава

Сроки реализации плана реализации – до 2020 года.

Предлагается производство следующей продукции:

- Печенье «Овсяное с изюмом» пользуется заслуженным спросом у потребителя. Качество печенья «Овсяного с изюмом» нашей организации является лучшим в регионе. В процессе производства используется исключительно качественное сырье.

- Печенье «Овсяное с изюмом» фасуется в пакеты вместимостью 400 г., в коробки-телевизоры вместимостью 2,8 кг и коробки вместимостью 3,8кг и 7кг.

Основные цели:

а) Увеличение доли рынка до 20 %, рост объемов продаж:

- г. Семей и близлежащие районы 2,5 тонны
- г. Усть-Каменогорск и близлежащие районы 6 тонн
- ТОО ХБК «Аксай» г. Алматы 20 тонн

б) Рост доли рынка по охвату торговых точек кондитерского цеха г. Семей.

в) Создание оптового склада готовой продукции на территории ВК МКК для расширения ассортиментного ряда бренда «Аксай-нан-Оскемен» в городе Семей.

Для производства требуемого объема продукции (около 60 тонн в месяц) необходимо ввести 2 производственные бригады по 9 человек в каждой.

Рассмотрены возможные риски, которые могут привести к потере части капитала фирмы, а так же к дополнительным расходам:

– снижению общего уровня покупательской способности, т.к. это зависит от многих факторов и событий в стране. Предприятие может снизить свои цены по возможности до минимума;

– инфляция. В зависимости от её роста необходимо повышать цены, но не более чем цены конкурентов;

– появление на рынке конкурентов с более доступными ценами для потребителей – высокая вероятность. Основной упор должен быть на качество продукции.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На основании проведенного исследования можно сделать следующие выводы.

Анализ финансово-хозяйственной деятельности ФТОО ХБК Аксай «Аксай-Нан» по ВКО позволяют сделать вывод об ограниченной платежеспособности и ликвидности предприятия. Коэффициентный анализ финансовой устойчивости показал, что предприятие в рассматриваемый период по всем показателям оценивается как финансово неустойчивое.

Анализ деловой активности указывает о неэффективной политике управления оборотными активами. По анализу рентабельности можно заключить о низкой эффективности деятельности анализируемого предприятия, что подтверждается всеми выше приведенными расчетами.

Анализ существующей стратегии ФТОО ХБК «Аксай-Нан» по ВКО показал, что предприятием применяется товарная стратегия, так как наблюдается увеличение объема продаж продукции, ассортимента и появление новых товаров на предприятии.

Предприятие применяет также стратегию ценообразования, так как предприятие определяет общую ценовую политику, разрабатывает ценовую стратегию и устанавливает цены. Предприятие заинтересованно в росте реализации или максимальной доли на рынке, в максимизации прибыли, получения положительного дохода.

Для ФТОО ХБК «Аксай-Нан» по ВКО разработана экономическая стратегия – стратегия развития рынка. Данная стратегия, направлена на максимальное получение прибыли, а также завоевание поддержки в лице государства и населения в городе Усть-Каменогорске и ВКО.

Разработка нового продукта поднимет имидж предприятия и позволит за счет эффекта масштаба удержать долю рынка в Усть-Каменогорске. Также расширение географического ареала (продвижение кондитерского цеха в г. Семей) в данном случае в ВКО, приведет к общему увеличению объема прибыли на 6510,72 тыс. тенге в 2011 году.

Кроме того, в рамках предложенной стратегии развития рынка предложено обновление оборудования ФТОО ХБК «Аксай-Нан» по ВКО, с целью автоматизации процесса выпечки хлеба, а также рассчитаны показатели эффективности инвестиций.

СВЕДЕНИЯ О ПУБЛИКАЦИЯХ

1 Экономическая стратегия развития предприятия.// Материалы XI Респ. науч.-техн. конф. молодых ученых и студентов, посвященной 20-летию Независимости Республики Казахстана «Творчество молодых – инновационному развитию Казахстана», 21, 22 апреля 2011 г. – Усть-Каменогорск: ВКГТУ, 2011. – Ч. VI. – С.319-320.

ПЕРЕЧЕНЬ КЛЮЧЕВЫХ СЛОВ

1. Анализ рынка
2. Анализ финансового состояния предприятия
3. Валовой внутренний продукт (ВВП)
4. Государственная инновационная политика
5. Конкурентоспособность
6. Организационная структура предприятия
7. Потенциал предприятия
8. Система стратегического управления
9. Стратегия развития предприятия
10. Стратегическое управление
11. Стратегические центры хозяйствования
12. Формирование стратегии развития предприятия
13. Экономический анализ
14. Экономические показатели
15. Экономическая стратегия роста

АННОТАЦИЯ

В магистерской работе проводится анализ деятельности предприятия занимающегося выпуском хлебобулочной и кондитерской продукции ФТОО «Аксай Нан» ХБК по ВКО.

Целью работы является исследование теоретических вопросов и разработка экономической стратегии предприятия.

Цель исследования предопределила постановку и решение следующих задач:

- рассмотреть понятие стратегии предприятия и принципы ее формирования;
- привести классификацию стратегий предприятия;
- рассмотреть международный опыт разработки стратегии;
- проанализировать хозяйственную деятельность предприятия;
- провести анализ финансового состояния предприятия;
- разработать экономическую стратегию предприятия и оценить эффективность предлагаемых мероприятий.

Структура работы определена в соответствии с целью и задачами исследования и состоит из введения, трёх глав, заключения, списка литературы и приложений.

В первой главе рассмотрены теоретические основы формирования экономической стратегии предприятия.

Во второй главе дана общая характеристика объекта исследования и проведен анализ: системы управления компании, объемов выпуска продукции, экономических показателей, финансового состояния компании, показателей эффективности и деловой активности предприятия.

В третьей главе разработаны направления по формированию экономической стратегии предприятия: обоснован выбор стратегии развития рынка; проведен анкетный опрос предпочтений потребителей продукции, разработан план продвижения хозрасчетного цеха в г. Семей с целью расширения продаж овсяного печенья в ВКО и РК, произведен расчет эффективности модернизации оборудования предприятия, с целью автоматизации процесса выпечки хлеба.

В заключении работы приводятся основные выводы по проведенному исследованию и определена стратегия ФТОО «Аксай Нан» ХБК по ВКО как стратегия развития рынка.

ТҮЙІНДЕМЕ

Магистерлік жұмыста ШҚО бойынша НТК «Ақсай нан» ЖШСФ - нан және кондитер –өнімдер шығарылымымен айналысатын кәсіпорынның қызмет анализі өткізіледі.

Жұмыстың мақсаты теориялық сұрақтар мен кәсіпорынның экономикалық стратегия әзірлемелерін зерттеу болып табылады.

Зерттеу мақсаты келесі міндеттердің шешімі мен қойылымын алдын алды:

-Кәсіпорынның стратегиясы мен оның қалыптасу принциптерін қарастыру;

- Кәсіпорынның стратегиясына классификация келтіру;

- Стратегияның халықаралық әзірлену тәжірибесін қарастыру;

- Кәсіпорынның шаруашылық қызметін талдау;

- Кәсіпорынның қаржылық жағдайына талдау өткізу;

- Кәсіпорынның экономикалық стратегиясын әзірлеу және ұсынылған іс-шаралардың тиімділігін бағалау;

Жұмыстың құрылымы зерттеудің мақсаты мен міндетіне сәйкес анықталған және кіріспеден, үш тараудан, қорытындыдан, әдебиет тізімі мен қосымшалардан тұрады.

Бірінші тарауда кәсіпорынның экономикалық қалыптасу стратегиясының теориялық негіздері қарастырылды.

Екінші тарауда зерттеу объектінің жалпы мінездемесі берілді және басқарма компанияның жүйесі, шығару өнім көлемі, экономикалық көрсеткіштер, компанияның қаржылық күйі, нәтижелік көрсеткіштер мен кәсіпорынның белсенді іскерлігіне талдау жасалынды.

Үшінші тарауда кәсіпорынның экономикалық стратегиясы қалыптасуы, нарықтың сайлау даму стратегиясы дәлелденді; өнім тұтынушылардың артықшылық сауалнама сұрақтары өткізілді, ҚР Шығыс Қазақстан облысында овсян печеньелерінің сатылымын кеңейту мақсатында Семей қаласына шаруашылық есеп цехының жылжу жоспарын әзірлеу бойынша бағыттары әзірленді.

Жұмыс қорытындысында өткізілген зерттеу және нарықтың даму стратегиясы сияқты ШҚО бойынша НТК «Ақсай Нан» ЖШСФ стратегиясы анықталуы бойынша негізгі қорытынды келтірілді.

ANNOTATION

The “Aksay Nan” company's baking and confectionery business is being analyzed in the Master's Thesis.

The goal of the Thesis is the study of the theoretical issues and the development of the economic strategy of the company.

The following issues were detected by the goal of the thesis:

- consider the strategy of the company and the principles of its formation;
- classify the strategies of the company;
- consider international experience of strategical development;
- analyze economic activity of the company;
- develop the economic strategy of the company and analyze the effectiveness of proposed activities.

The structure of the Thesis is defined according to the goal and issues of the research and consists of introduction, three chapters, conclusion and a list of literature and appendices.

In the first chapter the theoretical basics of the economic strategy formation.

In the second chapter the overall characteristic of the research is given and presented an analysis of the following: company management, economic parameters, financial state of the company, effectiveness and business activity parameters.

In the third chapter the economic strategy formation directions are developed: the development strategy choice is considered; the production consumers' preferences questionnaire is presented; the cost accounting of the department of Semey city promotion plan is developed, to widen the oatmeal cookies in the East Kazakhstan region and the Republic of Kazakhstan.

In conclusion of the Thesis the Thesis's basic outputs are presented and the “Aksay Nan” strategy (as a strategy of market development in East Kazakhstan region) is detected.