

Сунь Тецзюнь

Докторантура DBA «Деловое администрирование»

Университет Narxoz

ЭТАПЫ ИССЛЕДОВАНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА КАЗАХСТАНСКИХ КОМПАНИЙ

Аннотация. В статье проведено исследование стратегического потенциала казахстанских компаний, рассмотрен инструментарий стратегического планирования, являющегося основным показателем развития стратегического потенциала, а также проанализирован комплекс мероприятий, связанных с разработкой и реализацией стратегического потенциала компаний

Ключевые слова: стратегический потенциал компании, стратегический менеджмент, виды стратегического потенциала, внешняя среда компании, внутренняя среда компании.

Abstract. The article examines the strategic potential of Kazakhstani companies, considers the strategic planning toolkit, which is the main indicator of the development of strategic potential, and analyzes a set of measures related to the development and implementation of the strategic potential of companies.

Key words: strategic potential of the company, strategic management, types of strategic potential, external environment of the company, internal environment of the company.

Аңдатпа. Мақалада қазақстандық компаниялардың стратегиялық әлеуетіне зерттеу жасалып, стратегиялық әлеуетті дамытудың негізгі көрсеткіші болып табылатын стратегиялық жоспарлау құралы қарастырылған,

сонымен қатар, компанияның стратегиялық әлеуетін әзірлеу және жүзеге асырумен байланысты шаралар кешеніне талдау жасалған.

Негізгі ұғымдар: компанияның стратегиялық әлеуеті, стратегиялық менеджмент, стратегиялық әлеует түрлері, компанияның сыртқы ортасы, компанияның ішкі ортасы.

Исследование стратегического потенциала казахстанских компаний включает собой разработку определенной методологии, руководствуясь которой, в совокупности с формализованными процедурами, строится модель будущего компании [1].

Необходимо также предусмотреть процесс перехода от текущего состояния фирмы к предполагаемой модели.

Весь комплекс мероприятий, связанных с разработкой и реализацией стратегического потенциала развития компании условно можно разделить на следующие этапы:

- проведение анализа инвестиционной привлекательности отрасли, в которой работает компания;
- разработка сценария прогнозируемого развития той же отрасли;
- прогнозирование изменения ситуации спроса и предложения на внешнем и внутреннем рынках;
- проведение анализа силы бизнеса (конкурентного положения компании в отрасли);
- финансовая оценка стратегических альтернатив с последующим формированием будущего имиджа компании;
- формирование комплекса мер по реализации разработанной стратегии [2].

Разработка стратегического потенциала казахстанских компаний начинается с анализа инвестиционной привлекательности в той или иной отрасли.

Реализация этого процесса включает в себя два этапа оценки:

- этап развития конкуренции;
- уровень его интенсивности [3].

Стратегический потенциал казахстанских компании не может быть квалифицированно разработан без анализа конкурентных позиций какого либо предприятия в отрасли. Для оценки конкурентных позиций в отрасли компания использует SWOT-анализ, который может быть использован для классификации факторов внутренней и внешней среды, а также используются другие методики для оценки конкурентоспособности.

Исследование стратегического потенциала казахстанских компаний в отношении рынка покупателя предполагает следующие шаги:

- анализ потенциала компании [4].
- анализ внешней среды (как правило, полное устранение опасностей и возможностей на рынке).

Исследование стратегического потенциала казахстанских компании влияет на то, как руководство компании управляет всем бизнесом, поэтому ее следует планировать и разрабатывать своевременно.

Это широко распространенный и всеобъемлющий инструмент стратегического планирования, который:

- включает в себя описание бизнеса и его продуктов и услуг;
- объясняет положение и роль продуктов и услуг на рынке;
- определяет профили клиентов и конкурентов;
- определяет маркетинговую тактику, которую компания будет использовать;
- позволяет построить эффективный стратегический план и измерить его эффективность [5].

Исследование стратегического потенциала казахстанских компаний определяет общее направление и цели развития компании, следовательно, отличается от стратегического плана, который описывает конкретные действия, которые компания предпринимает для реализации своей стратегии. Стратегия может быть разработана на ближайшие несколько лет, в то время как

стратегический план обычно описывает тактику, которая должна быть достигнута в текущем году.

Стратегический потенциал компаний поможет реализовать цели бизнеса и создать прочную репутацию для продукции компании. Оптимальная стратегия помогает ориентировать продукцию и услуги на конечного покупателя, который с наибольшей вероятностью ее приобретет, это обычно включает в себя создание одной или двух мощных идей для повышения осведомленности и реализации продукции на рынке.

Разработка эффективной стратегии, включающей перечисленные ниже компоненты, поможет максимально эффективно использовать инвестиции, сохранить целевую направленность, а также измерить и улучшить результаты продаж [6].

Разработка стратегического потенциала включает в себя набор стратегических целей для их поддержки.

Бизнес-цели дальнейшего развития стратегического потенциала включают в себя:

- повышение осведомленности о продуктах и услугах;
- продажа большего количества товаров от определенного поставщика;
- выход на новый потребительский сегмент.

При постановке целей развития стратегического потенциала компании очень важно быть как можно более целенаправленными, чтобы эффективно оценивать результаты по сравнению с тем, что компания намеревается достичь. Эффективная стратегия помогает продвигать на рынке продукты и услуги на потребителей, которые с наибольшей вероятностью их купят, этот процесс обычно включает в себя создание одной или двух мощных идей для повышения осведомленности и продажи продукции.

Примеры основных стратегических целей включают увеличение проникновения на рынок (продажа большего количества существующих продуктов существующим клиентам) или развитие рынка (продажа

существующих продуктов на новые целевые рынки), а также рост и развитие компании (выход на новые рынки) [7].

Эти стратегические цели могут быть долгосрочными и могут занять несколько лет для успешного достижения. Однако они должны быть четкими и измеримыми и иметь временные рамки для достижения результатов.

Таким образом, сделаем вывод. Исследование стратегического потенциала казахстанских компаний представляет собой разработку определенной методологии, в результате которой строится модель будущего компании.

Стратегический потенциал компаний поможет реализовать цели бизнеса и создать прочную репутацию для продукции компании.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Масютин С.А. Стратегический маркетинг на предприятии // ЭКО. 2018, №10.
2. Смагулова Р.У. Стратегический анализ внешней и внутренней среды организации. – Алматы: Санат, 2016. – 345 с.
3. Серкебаева Р.К. Стратегия эффективной деятельности компании. – Алматы: Издательство LEM, 2016. – 450 с.
4. Прилепский Б.В., Прилепский М. Б. Стратегическое планирование комплексного развития предприятия // ЭКО. 2017, №3.
5. Сараев В., Бурмистров А. Управление успехом, или как справиться с организационными изменениями // Управление компанией. 2019, №6.
6. Омарова К.Ж. Стратегия эффективной деятельности компании. – Алматы: Издательство LEM, 2017. – 300 с.
7. Томпсон А.А., Стрикленд А. Стратегический менеджмент: искусство разработки и реализации стратегий. - М.: Инфра-М, 2018. – 400 с.