

талдау жасау қажет. Стратегиялық басқару – бұл негізгі ұғым болғандықтан, оған кәсіпорынның миссиялары, потенциялы, қоршаған ортасы, бәскекелестік қабілеті, мақсаттары жатады.

**Түйін сөздер:** бизнес стратегия, корпорация, маркетинг, өсу стратегиясы, акционерлік капитал, экономика модернизациясы.

## **CORPORATE AND BUSINESS ENTERPRISE STRATEGY**

**V.L.Moshkevich**

**Kazakh University of Economics, Finance and International Trade**

**Astana, Kazakhstan**

### **Abstract**

The importance of the strategy of activity and development for increasing the competitiveness of domestic enterprises can not be overemphasized, since the main task of their reform is related to the need to activate and build capacity while simultaneously overcoming the chaos of the internal state and external activity of enterprises and improving the predictability of functioning. To accomplish this task, attention should be paid to the strategic aspects of the management of domestic enterprises, the overwhelming majority of which do not have a documented, discussed in the team and its comprehensive strategy of activity and development. Taking into account the fact that qualitative changes in the world economy occur under the influence of a complex mechanism of interaction between the growing tendencies of globalization and the regionalization of the economy, the importance of adapting corporate strategies to the institutional and cultural features of national economies and national business systems also becomes important. Therefore, the development of strategies that optimally take into account the characteristics of such

components of regional markets as the legislative regime, corporate management systems, cultural and ethical traditions becomes an indispensable condition for corporations to achieve a competitive advantage in world markets.

**Keywords:** business strategy, corporations, marketing, growth strategy, equity, modernization of the economy.

Основная задача казахстанской экономики – изменение ее структуры исходя из целей национального развития страны. В казахстанской экономике должны преобладать процессы развития высокотехнологичных, инновационных производств, конкурентоспособных на мировом и внутреннем рынках. Новое время бросает нам новые вызовы: снижение преимуществ сырьевой модели экономики, рост протекционизма в глобальной экономике, стремительное развитие цифрового общества, смена технологической парадигмы – все это требует от Казахстана реакции на происходящие в мире кардинальные изменения.

В основу Стратегического плана до 2025 года заложена новая модель экономического роста, базирующаяся на стимулировании экспортоориентированного производства за счет повышения производительности и сложности экономики, развития человеческого капитала и привлечения частных средств в условиях роста конкуренции, лидирующей роли частного сектора и реализации потенциала развития регионов страны. Новая модель экономического роста позволит преодолеть «ловушку среднего дохода» на пути к лиге тридцати развитых стран мира /1/.

Тенденция концентрации капитала формируется на основе действия объективных экономических законов и характерна преимущественно для высокого уровня развития рыночных отношений. К их признакам относится возникновение и развитие корпоративной формы бизнеса, которая связана с несколькими объективными условиями:

- акционерной формой капитала крупных хозяйственных структур, открывающей возможность объединения частных относительно небольших капиталов для создания крупного производства и решения общих экономических проблем;

- развитием инновационных и инвестиционных процессов, требующих привлечения значительных финансовых ресурсов для осуществления масштабных проектов, вызванных усложнением выпускаемой продукции, основанной на современных наукоемких технологиях и существенных первоначальных затратах;

- проявлением тенденции монополизации рынков как возможности повышения доходности и капитализации бизнеса, также создающей дополнительные инвестиционные возможности за счет повышения прибыли.

Концентрация капитала приобретает наибольшее значение для развития производства современной конкурентоспособной продукции на основе новых технологий, которое служит средством для получения высоких доходов от реализации товаров с высокими потребительскими свойствами, выгодно отличающейся от продукции конкурентов.

Экономические преобразования в Казахстане достигли такого уровня, когда сложились условия для развития крупного предпринимательства. Именно поэтому сегодня для Республики Казахстан стали актуальными проблемы становления корпоративного бизнеса и повышения его эффективности. Высокая актуальность проблем

управления корпорациями в российской экономике обусловлена также их высоким влиянием на социальные процессы, что требует создания системы эффективных отношений государства и бизнеса.

Существует не менее десяти подходов к анализу корпораций как экономических образований с позиций различных научных школ и теорий: концепция трех различных критериев Я.Паппе, концепции контрактной теории фирмы, синергетической теории слияний, теории экономической власти и др. Особый интерес, на наш взгляд, представляет теория экономической власти. Согласно этой теории корпорации присущи: организационная власть менеджмента в корпорации в целом и в каждой организации, входящей в корпорацию; власть основной (материнской) организации над входящими в нее предприятиями, власть корпорации на рынках выпускаемых товаров; ассоциированная власть корпораций в экономических и общественных системах в целом, усиление их влияния на политические и социальные явления. Именно эти признаки присущи зарубежным транснациональным корпорациям.

Исследования показали, что управление в корпорации представляет собой особую систему внутрикорпоративного менеджмента, с помощью которой обеспечивается функционирование корпораций и контроль за их деятельностью. На основе изучения зарубежного и отечественного опытов развития корпоративного бизнеса, можно сказать, что основной его функцией является повышение эффективности работы в интересах акционеров, предоставивших корпорации финансовые и иные ресурсы.

Корпоративный бизнес является одним из ключевых источников экономического роста. Проведенный анализ показал, что основными целями корпоративного бизнеса являются: повышение уровня конкурентоспособности выпускаемых товаров и применяемых технологий в корпорации в целом и входящих в нее предприятий;

обеспечение комплексного использования имеющихся ресурсов; координация социального партнерства; развития производства для более полного удовлетворения потребностей общества.

Задачи маркетинга требуют учета запросов и поведения покупателей. Это определяет необходимость ориентации производства на удовлетворение требований потребителей, иметь ассортимент продукции, рассчитанной на разные потребности и вкусы, организовывать производственный процесс так, чтобы он был приспособлен к быстрому переходу на выпуск новых товаров, а также к сервисному обслуживанию продаваемой продукции. Необходимо постоянно вести анализ рынков производимых товаров, динамики их продаж, поведения потребителей и конкурентов; отводить первостепенную роль дизайну и рекламе.

Важным объективным требованием эффективного корпоративного управления в Казахстане являются механизмы поддержки бизнеса государством, и, прежде всего, в нормативно-законодательной сфере. Права и обязанности субъектов рыночной экономики регулируются государством, которое несет ответственность за эффективное развитие предпринимательской среды, а бизнес обеспечивает товарные рынки и инновационно-инвестиционное развитие компаний.

Среди форм крупного бизнеса, позволяющих осуществить взаимодействие корпораций и государства, является государственно-частное партнерство. Государственно-частное партнерство можно охарактеризовать как стратегически важный альянс государства и бизнеса, цель которого – эффективная для общества реализация общественно значимых проектов в широком спектре: от экономики, науки и образования до здравоохранения и культуры, способных придать развитию Республики Казахстан инновационные качества.

В условиях глобальных изменений, происходящих в мировой экономике, экономическая природа корпоративной формы организации современного крупного предпринимательства, характеризуемая отделением собственности корпорации от собственности ее владельцев, обеспечивает ей решающее конкурентное преимущество над другими организационными формами предпринимательства, которое выражается, главным образом, в способности корпорации привлекать капитал огромного числа инвесторов при меньших рисках для этих инвесторов и большей ликвидности их вкладов.

Изменения, происходящие в экономике, определяют дальнейшее развитие корпоративной формы предпринимательства, которое в основном заключается в возрастании роли самофинансирования в механизме ее экономического функционирования, в превращении ее в стабильный элемент долгосрочного делового цикла.

Качественные сдвиги в экономике и в корпоративной форме организации предпринимательства происходят под влиянием сложного механизма взаимодействия нарастающих тенденций глобализации и регионализации экономики, в частности возрастающего влияния на деятельность корпораций особенностей национальных бизнес-систем, к составным частям которых относятся законодательный режим, корпоративные управленческие системы, культурные и этические традиции.

Характер национальной бизнес-системы как совокупности различных институциональных и культурных компонентов может служить критерием отнесения данной бизнес-системы к одному из центров мировой конкуренции. Эта предпосылка служит основанием концепции, в рамках которой выделяются три центра мировой конкуренции и, соответственно, три типа бизнес-систем: бизнес-система с

преимущественно индивидуалистской ориентацией экономики, бизнес-система с преимущественно коллективно-групповой ориентацией экономики, смешанная бизнес-система.

В зависимости от того, к какой бизнес-системе относится регион присутствия корпорации, меняется ее стратегия. Адаптация корпоративных стратегий к национальным бизнес-системам в основном сводится к выбору оптимального сочетания стратегий интенсивного, диверсификационного и интеграционного роста, каждая из которых по-разному «вписывается» в условия той или иной бизнес-системы. При этом искусное умение маневрировать стратегическими технологиями, присущее современным транснациональным корпорациям, позволяет им добиваться решающих конкурентных преимуществ на мировых рынках.

Экономическое содержание современных корпоративных стратегий формируется на трех уровнях организационно-управленческой структуры крупных корпораций. Головной штаб корпорации разрабатывает портфельную, общекорпоративную стратегию, нацеленную на эффективное управление бизнес-портфелем корпорации; стратегическая бизнес-единица корпорации отвечает за разработку конкурентной стратегии, направленную на достижение конкурентного преимущества в своей отрасли; на уровне производственно-сбытовой линии конкретного продукта разрабатываются функциональные, в том числе маркетинговые, стратегии, предусматривающие детальное управление материальными, финансовыми и трудовыми ресурсами бизнес-единиц.

Корпорации адаптируют к национальным бизнес-системам, в которых располагаются ее целевые рынки, не только портфельную стратегию, но также конкурентную и маркетинговую стратегии.

Адаптация конкурентных стратегий корпораций сводится в основном к выбору оптимального соотношения между дифференцированием продукта и снижением до минимума затрат на его производство. Адаптация маркетинговых стратегий охватывает, как правило, составные элементы маркетинг-микс.

Анализ принципов, этапов и инструментов разработки предпринимательской стратегии крупной корпорации показывает, что разработка такой стратегии является сложнейшим процессом, в ходе осуществления которого расходуются значительные объемы материальных, финансовых и трудовых ресурсов корпорации и обрабатывается огромное количество первичных и вторичных источников информации на основе проведения обширного маркетингового исследования целевого рынка.

#### **Список литературы:**

1. Стратегический план развития Республики Казахстан до 2025 года <http://www.akorda.kz/kz>
2. Каллаева А.К. Формирование маркетинговой стратегии корпораций в России: возможности и проблемы разработки.// Вестник Московской академии рынка труда и информационных технологий (Серия «Региональная экономика») № 19(41), М., 2006, 0,7 пл.
3. Абалкин Л. Логика экономического роста. М.: ИЭРАН, 2012.
4. Дадалко В. А., Дадалко А. В. Международное экономическое сообщество: современное состояние и перспективы развития. // Минск: Армита-Маркетинг, Менеджмент, 2009, 304 с.
5. Дойль П. Менеджмент: стратегия и тактика. // СПб: Питер, 2010, 560 с.

6. Иванов О. Корпоративные формы управления в промышленности.

// Российский экономический журнал, 2014, № 3 - с. 50-56.