Разработка стратегии развития предприятия оптово-розничной торговли на примере компании

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

1.1 Сущность и содержание стратегии развития предприятия

1.2 Особенности стратегического развития предприятия, функционирующего в сфере оптово-розничной торговли

1.3 Инструменты стратегического управления, используемые в ходе разработки стратегии развития оптово-розничного торгового предприятия

2 ИССЛЕДОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОПТОВО-РОЗНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА РЫНКЕ САНТЕХНИКИ

2.1 Товар «сантехники» как объект рыночного исследования

2.2 Анализ тенденций развития рынка сантехники

2.3 Исследование потребительских предпочтения и факторов влияющих на эффективность продаж в торговой компании «»

3 ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ОПТОВО-РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ НА РЫНКЕ САНТЕХНИКИ

3.1 Оценка факторов определяющих выбор стратегии развития предприятия

3.2 Выбор стратегии развития компании «»

3.3 Разработка программы развития компании «»

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Проведенное в диссертационной работе исследование позволило сделать следующие выводы:

Понятие «стратегия» можно охарактеризовать, как результат выбора из альтернативных вариантов направлений развития и активизации предприятия, вариант, основанный на анализе динамики среды внешнего и внутреннего характера, путем определения долгосрочных целей, периодической проверки их оптимальности, изыскания средств достижения и планирования конкретных мероприятий на перспективу

Данная формулировка понятия «стратегия» ориентирует предприятие на выбор одного направления развития из альтернативных, при этом каждое из направлений развития отличается от другого. Наличие стратегии предполагает отчётливое знание своего целевого рынка и его потребности, отличительные и привлекательные предложения для этого рынка, а также особенную сеть поставщиков для реализации этих предложений. Стратегия должна состоять из двух частей: постоянной части, содержащей основные положения и миссию предприятия и динамически обновляемой части. Последняя по своей сути характеризуется совокупностью взаимозависимых стратегий второго порядка, чувствительных к изменению окружающей среды.

Стратегическое управление в оптово-розничном торговом предприятии призвано решить, в каком качественном состоянии данное конкретное предприятие должно существовать в установленном стратегическом перспективном направлении, какими принципами руководствоваться в процессе функционирования на экономическом рынке, каким образом качественно и эффективно поменять рыночные ниши предприятия во всех отраслях деятельности и т.д.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Послание Президента РК - Лидера нации Н.Назарбаева народу Казахстана «Стратегия «Казахстан-2050»: новый политический курс состоявшегося государства» от 14 декабря 2012 года;
2. Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка. - М. : Гос. изд-во иностр. и нац. словарей, 1955. Т. 4. С. 337.
3. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг : учебник. - М. : Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2000 года. С. 53.
4. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент/Пер. с англ. под ред. О.А.Третьяк, Л.А.Волковой, Ю.Н.Каптуревского. - СПб: Издательство «Питер», 1999. 896 с: ил.
5. Ансофф И. Стратегическое управление: Пер. с англ. - М.: «Экономика», 1989 год.
6. Стратегии бизнеса/Под ред. Г.Б.Клейнера. - М.: КОНСЭКО, 1998 год - 496 с.
7. Голубков Е.П. Маркетинг: стратегия, планы, структуры. – М.: «Дело», 2002. – 341 с.
8. Боумен К. Основы стратегического менеджмента. М.: Юнити, 2000. – 157с.
9. Ламбен Жан-Жак. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива. Пер. с французского. СПб.: Наука, 1996.
10. Рыночная экономика: Учебник. В трёх томах. Т. 2. Часть 1/ Основы бизнеса. - М.: «Соминтэк», 1992. - 160 с
11. Макконелл, К.Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика / К.Р. Макконелл, С.Л. Брю ; пер. с англ. – М. : Республика, 2005.
12. Программа по развитию торговли в Республике Казахстан на 2010 – 2014 годы от « 30» октября 2010 года № 1143
13. Гражданский Кодекс Республики Казахстан
14. Верестов А.В. Коммерция и технология торговли. – СПб.: Питер, 2009.
15. Томпсон, А.А., мл., А.Дж. Стрикленд III. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации: Учебник для вузов. Пер. с 9-го англ. изд.-М.: ИНФРА-М, 2000.
16. Вебер Ю. Организация стратегического и оперативного планирования на предприятии // Проблемы теории и практики управления. - №1. - 2001. - С. 20-23
17. Ассэль Г. Маркетинг: принципы и стратегия. — М.: Информ-М, 1999. - 803
18. Вайсман А. Стратегии маркетинга: 10 шагов к успеху; стратегия менеджемента, 5 факторов успеха, - М.: Экономика, 2005.
19. Моррис Р. Маркетинг: ситуации и примеры: Пер. с англ. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1996.- 192 с.
20. Дурович А.П. Менеджмент в предпринимательской деятельности. - Минск: НПЖ «Финансы, учет, аудит», 2007 - 463 с.
21. Маркетинг // Под ред. проф. Уткина Э.А.- М.: Ассоциация авторов и издателей «ТАНДЕМ». Издательство ЭКМОС, 1998.- 320 с.
22. Герчикова И.Н. Маркетинг и международное коммерческое дело. М: Внешторгиздат, 2007. - 264 с.
23. Эванс Дж. Р., Берман Б. Маркетинг. - М.: Экономика, 2008. - 335 с.
24. Серикова Г.А. Сантехника в доме. Установка, ремонт, эксплуатация. М., 2012
25. Всё о сантехнике// Интернет-ресурс: [http://www.santehniks.ru/ index.php?show\_aux\_page=20](http://www.santehniks.ru/%20index.php?show_aux_page=20)
26. Водопроводные трубы: разновидности, сортамент и классификация ГОСТ// Интернет-ресурс: http://vsetrybu.ru/vodoprovodnye-truby-sortament-i-klassifikaciya.html
27. Водопроводные трубы: виды и классификация// Интернет-ресурс: http://www.beltrubi.by/articles/vidy-vodoprovodnye-truby.html
28. Виды и классификация труб// http://estroyka.com/story/vidy-i-klassifikaciya-trub
29. Водопроводные трубы: материалы, классификация, использование// Интернет-ресурс: http://o-trubah.ru/prednaznachenie/vodoprovodnie/vodoprovodnye-truby-223
30. Эспресс-обзор рынка радиаторов центрального отопления в РК АО «БРК-Лизинг», Астана, 2011
31. Отопительное оборудование – анализируем ассортимент рынка// Источник: http://otoplenie-gid.ru/kotli/457-otopitelnoe-oborudovanie
32. Обзор рынка отопительных котлов// http://teplo-faq.net/issledovanie-nastennyx-kotlov/2-gazovye/9166-obzor-rynka-otopitelnyx-kotlov
33. Статистические данные Комитета по статистике Министерства национальной экономики РК// www.stat.gov.ru
34. Обзор по рынку металлических труб. АО «БРК-Лизинг», 2014
35. Обзор рынка полимерных труб Казахстана, АО «БРК-Лизинг», 2014
36. Баймуканов М., Трусов К. Рынок полиэтиленовых труб Республики Казахстан: спрос рождает предложение// Интернет-ресурс: http://polypipe.info/analytics/323-rynokpetrybrespyblikikazahstan
37. Грант Р. Современный стратегический анализ.- СПб.: Питер, 2008
38. Котельников В.Ю. Стратегическое управление. Принципиально новые подходы для эпохи быстрых перемен.- М.: Эксмо, 2007
39. Финансовая отчетность ТОО «Сантехник»
40. Хершген, X. Маркетинг: основы профессионального успеха: Учебник для вузов: Пер. с нем. - М.: ИНФРА-М, 2000. - XXIII, 334с.
41. Гринберг П. CRM со скоростью света. — СПб.: Символ Плюс, 2007. — 528 с.
42. Дейли А., Проаден Л. Стимулирования сбыта и рекламы. – М.: «Прогресс», 2009
43. Афанасьев С.А. Разработка стратегии развития предприятия оптово-розничной торговли. Диссертация на соискание ученой степени к.э.н. Новосибирск, 2003. – 238с.
44. Интернет ресурс: <http://idea-lab.kz/2014/07/15/made-in-karaganda-2/>
45. Эспресс-обзор рынка радиаторов центрального отопления в РК, АО «БРК-Лизинг», Астана, 2011.