

УДК 338.2

ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Ибрагимова З.Ф.,

к.э.н., доцент, научный руководитель

ФГБОУ ВО «Уфимский Университет Науки и Технологий»,

г. Уфа, Россия

Чиркова С.О.

студент,

ФГБОУ ВО «Уфимский Университет Науки и Технологий»,

г. Уфа, Республика Башкортостан, Россия

Аннотация

В статье рассматривается процесс формирования стратегии предприятия как многогранный и сложный механизм, состоящий из нескольких основных этапов. Актуальность темы данной статьи вызвана необходимостью адаптации предприятий к быстро меняющимся внешним условиям, технологическим изменениям, растущей конкуренции (рынок становится все более насыщенным, и предприятия вынуждены разрабатывать уникальные стратегии для выделения среди конкурентов) и т.д. Цель статьи: проанализировать основные этапы формирования стратегии предприятия. Научная новизна исследования заключается в наглядном представлении основных этапов формирования стратегии предприятия. Основные результаты исследования показывают, что формирование стратегии предприятия является достаточно динамичным процессом, который требует постоянного анализа.

Ключевые слова: стратегия, этапы формирования стратегии, предприятие, разработка, анализ внешней среды, анализ внутренней среды.

STAGES OF FORMING AN ENTERPRISE STRATEGY

Ibragimova Z.F.,

PhD in Economics, Associate Professor,

Ufa University of Science and Technology,

Ufa, Russia

Chirkova S.O.

Student, Ufa University of Science and Technology,

Ufa, Republic of Bashkortostan, Russia

Abstract

The article examines the process of forming an enterprise strategy as a multifaceted and complex mechanism consisting of several main stages. The relevance of the topic of this article is caused by the need for enterprises to adapt to rapidly changing external conditions, technological changes, growing competition (the market is becoming increasingly saturated, and enterprises are forced to develop unique strategies to stand out from competitors), etc. The purpose of the article: to analyze the main stages of forming an enterprise strategy. The scientific novelty of the study lies in the visual presentation of the main stages of forming an enterprise strategy. The main results of the study show that forming an enterprise strategy is a fairly dynamic process that requires constant analysis.

Keywords: strategy, stages of forming a strategy, enterprise, development, analysis of the external environment, analysis of the internal environment.

В современных условиях особую актуальность приобретает проблема выявления основных этапов формирования стратегии предприятия, что обусловлено рядом причин. Во-первых, рынок становится все более насыщенным, и предприятия вынуждены разрабатывать уникальные стратегии для выделения среди конкурентов. Эффективно сформированная стратегия

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМЭ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

предприятия позволяет не только удерживать позиции на рынке, но и занимать лидирующие позиции.

Во–вторых, формирование стратегии помогает предприятиям не только планировать текущие действия, но и предвидеть будущее развитие. Это важно для обеспечения устойчивого роста и долгосрочной жизнеспособности бизнеса.

В–третьих, правильно сформулированная стратегия позволяет эффективно распределять ресурсы (финансовые, человеческие, материальные) и повышает общую эффективность работы предприятия.

Л.И. Журова, А.А. Андреева под стратегией предприятия понимают «генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей» [3].

О.А. Горбунова, Е.А. Калашникова справедливо отмечают, что стратегия определяет приоритетные направления деятельности бизнеса, включает в себя ряд шагов и ресурсы, необходимые для достижения целей [3, с. 23].

По мнению И. Ансоффа, стратегия предприятия «представляет собой набор правил принятия решений, которым предприятие следует в своей деятельности» [1, с. 227].

По мнению Н.Р. Сторожева, И.И. Давлетов стратегия предприятия в условиях цифровизации обычно реализуется в формате инновационной стратегии [6].

Х.А. Мусаева справедливо отмечает, что стратегия развития предприятия представляет собой сложный процесс, включающий следующие этапы: «оценка стратегических факторов; формулирование стратегических целей; разработка вариантов стратегии; реализация стратегии; оценка и контроль стратегии» [4, с. 88].

На наш взгляд, формирование стратегии предприятия представляет собой достаточно сложный процесс, который включает несколько основных этапов. Каждый из этих этапов играет важную роль в создании эффективной стратегии, Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

способной обеспечить конкурентоспособность и устойчивое развитие предприятия.

На наш взгляд, можно выделить определенные основные этапы формирования стратегии предприятия, которые можно наглядно представить на рис.1.

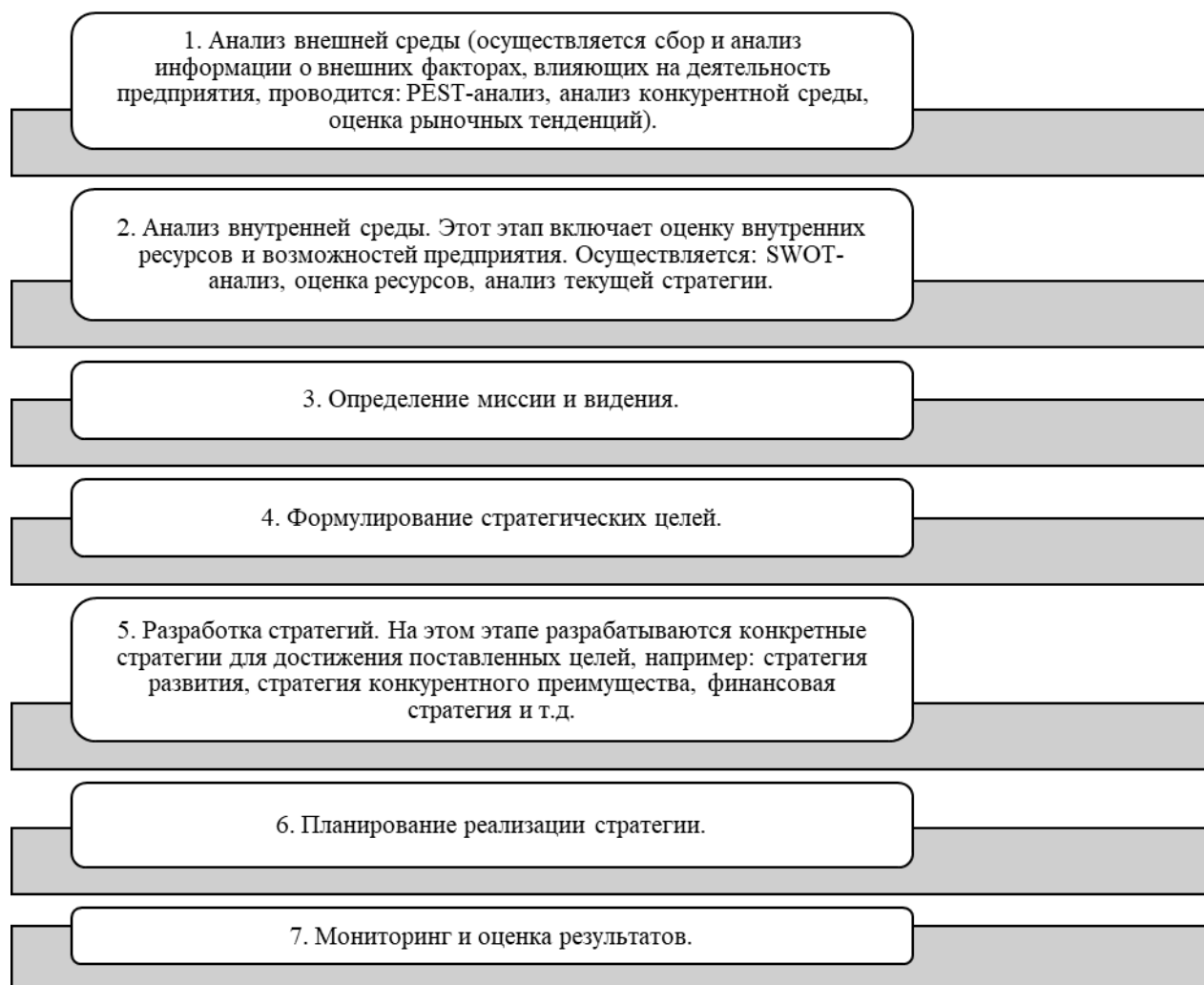


Рис.1. – Основные этапы формирования стратегии предприятия*

* Разработано автором по [4], [5]

Далее рассмотрим эти этапы подробно.

1. Анализ внешней среды. На этом этапе осуществляется сбор и анализ информации о внешних факторах, влияющих на деятельность предприятия.

Проводится: PEST–анализ (оценка политических, экономических, социальных и технологических факторов), анализ конкурентной среды (использование моделей, таких как модель Портера (пять сил), для определения уровня конкуренции в отрасли), оценка рыночных тенденций (выявление текущих и будущих трендов, которые могут повлиять на рынок и потребительское поведение) [2, с. 103].

2. Анализ внутренней среды. Этот этап включает оценку внутренних ресурсов и возможностей предприятия. На данном этапе осуществляется: SWOT–анализ (определение сильных и слабых сторон компании, а также возможностей и угроз со стороны внешней среды), оценка ресурсов (анализ финансовых, человеческих, материальных и интеллектуальных ресурсов, которые доступны предприятию), анализ текущей стратегии (оценка эффективности существующей стратегии и выявление областей для улучшения).

3. Определение миссии и видения (формулируются основные цели и ценности компании, в частности, миссия определяет основное предназначение предприятия и его роль в обществе, видение описывает долгосрочные цели и амбиции предприятия, к которым оно стремится).

4. Формулирование стратегических целей. На основании анализа внешней и внутренней среды, а также миссии и видения, разрабатываются конкретные стратегические цели: SMART–критерии (цели должны быть конкретными, измеримыми, достижимыми, релевантными и ограниченными по времени), приоритеты (определение приоритетов среди целей в зависимости от их важности и срочности).

5. Разработка стратегий. На этом этапе разрабатываются конкретные стратегии для достижения поставленных целей, например: стратегия развития (например, диверсификация, интеграция или развитие новых продуктов), стратегии конкурентного преимущества (определение способов выделения на фоне конкурентов (цена, качество, инновации), финансовая стратегия

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМЭ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

(определение источников финансирования и управления затратами).

6. Планирование реализации стратегии. В процессе этого этапа разрабатывается детальный план действий по реализации выбранной стратегии: разработка тактических планов (определение конкретных мероприятий, сроков и ответственных лиц), ресурсное обеспечение (оценка необходимых ресурсов для реализации стратегии (финансовых, человеческих, материальных)), управление рисками (идентификация потенциальных рисков и разработка мер по их минимизации).

7. Мониторинг и оценка результатов. После реализации стратегии необходимо регулярно отслеживать ее эффективность: проводить анализ ключевых показателей эффективности (KPI), регулярный анализ стратегии (проведение периодических оценок результатов и сравнение с запланированными целями), корректировку стратегии (внесение изменений в стратегию на основе полученных данных и анализа).

Также необходимо получение обратной связи от всех заинтересованных сторон: анализ отзывов (сбор мнений сотрудников, клиентов и партнеров о реализованной стратегии), обучение на ошибках (изучение причин неудач и успешных практик для дальнейшего улучшения процесса стратегического планирования).

Таким образом, формирование стратегии предприятия – это динамичный процесс, требующий постоянного анализа, адаптации и обучения. Успешное прохождение всех этапов позволяет предприятию не только выживать в условиях жесткой конкуренции, но и достигать устойчивого роста и развития.

Библиографический список:

1. Ансофф Р. Планирование будущего корпорации / Р. Ансофф. – М.: Проспект, 2023. – 327 с.

2. Джаппарова Н.Л. Особенности формирования стратегии развития предприятия / Н.Л. Джаппарова // Студенческий вестник. – 2021. – № 31–1. – С. 103–104.

3. Горбунова О.А., Калашникова Е.А. Стратегия развития предприятия как способ повышения эффективности его деятельности / О.А. Горбунова, Е.А. Калашникова // Вестник Международного института рынка. – 2023. – № 2. – С. 22-28.

4. Журова Л.И., Андреева А.А. Этапы формирования стратегии развития предприятия / Л.И. Журова, А.А. Андреева [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/etapy-formirovaniya-strategii-razvitiya-predpriyatiya> (дата обращения: 27.04.2025).

5. Мусаева Х.А. Особенности разработки стратегии развития современных предприятий / Х. А. Мусаева. // Молодой ученый. – 2023. – № 26 (473). – С. 86–88.

6. Сторожева Н.Р., Давлетов И.И. Особенности разработки и реализации стратегии развития организаций в условиях цифровизации производства / Н.Р. Сторожева, И.И. Давлетов [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-razrabotki-i-realizatsii-strategii-razvitiya-organizatsiy-v-usloviyah-tsifrovizatsii-proizvodstva> (дата обращения: 25.04.2025).

© С.О. Чиркова, З.Ф. Ибрагимова, 2025

Оригинальность 78%