

РАЗРАБОТКА И ВЫБОР СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ

**Кириуткин А.О., магистрант 2 курса Института экономики
предприятий**

**Научный руководитель – Заступов А.В., кандидат экономических
наук, доцент**

**ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический
университет»**

***Ключевые слова:** стратегия, компания, фактор, конкуренция, среда.*

Позиция компании на рынке и ее относительные преимущества перед конкурентами определяют выбор стратегии, направленной на укрепление конкурентоспособности. Верно выбранная стратегия позволяет компании успешно адаптироваться к изменениям и удерживать свои позиции на рынке, а также выявлять новые возможности и ресурсы для роста.

Введение. Стратегия предприятия представляет собой системный и долгосрочный подход к принятию решений, направленный на определение основных направлений и целей развития организации с учетом внешних и внутренних факторов. Разработка и реализация стратегии важна для обеспечения конкурентоспособности, устойчивости и успеха компании на рынке.

Цель работы. Актуальность выбора стратегии и разработки мероприятий для ее реализации обусловлена быстро меняющимися условиями рынка, технологическими инновациями и повышением конкуренции в различных отраслях экономики. Продуманная и гибкая стратегия позволяет компании успешно адаптироваться к изменениям и удерживать свои позиции на рынке, а также выявлять новые возможности и ресурсы для роста.

Результаты исследований. По статистическим данным и данным очного дистанционного исследования, проведенного ЦЭМИ РАН совместно с Высшей школой экономики, выяснилось, что 98%

экономически эффективных и развивающихся компаний из 200 самых крупных по размеру выручки в России осознанно уделяют большое внимание формированию и реализации стратегий экономического развития и лишь 2% тех, кто сообщил, что не считают, что стратегический план является основой эффективного развития предприятия.

Стратегия предприятия — это комплекс мероприятий, направленных на формирование и реализацию конкурентных преимуществ компании, обеспечение ее устойчивого роста и адаптации к изменяющимся условиям рынка [1]. По сути, она представляет собой интегрированный подход к управлению ресурсами, процессами и структурой компании с целью достижения поставленных целей и обеспечения долгосрочной конкурентоспособности. Кроме того, это долгосрочный план действий, который организация разрабатывает для достижения своих целей и задач. Она включает в себя определение целевых рынков, конкурентных преимуществ, а также методов и ресурсов, необходимых для достижения успеха [2].

При выборе стратегии возможна комбинация стратегий, учитывающих потребности предприятия в текущих условиях [3]. Содержание стратегии предприятия включает в себя несколько ключевых элементов, которые обеспечивают комплексный и системный подход к формированию и реализации стратегических задач предприятия [4].

Практика показывает, что организации, осуществляющие комплексное стратегическое планирование своей деятельности, работают более успешно и получают прибыль значительно выше средней по отрасли.

Ниже представлен перечень наиболее часто встречаемых ключевых факторов, определяющих выбор стратегии предприятия.

1. Миссия и видение компании. Определение основных целей и принципов, на которых строится предприятие, является основой для выбора стратегии развития.

2. Ресурсы предприятия. Доступные ресурсы (финансовые, материальные, человеческие), а также трудовые ресурсы компании оказывают значительное влияние на выбор стратегии развития.

Именно они преимущественно определяют сильные стороны компании [5].

3. Внешняя среда. Анализ внешней среды, включая рыночные условия, конкурентов, правовое поле, позволяет определить возможности и угрозы для компании и выбрать соответствующую стратегию.

4. Внутренняя среда. Оценка внутренней среды предприятия, включая организационную структуру, корпоративную культуру, менталитет, квалификацию сотрудников и др., также важна для выбора стратегии развития.

5. Конкурентное положение. Позиция компании на рынке и ее относительные преимущества перед основными конкурентами определяют выбор стратегии, направленной на укрепление конкурентоспособности [6].

6. Риск и неопределенность. Уровень риска и степень неопределенности внешней и внутренней среды влияют на выбор стратегии [7].

Стратегия должна быть разработана в соответствии с миссией компании. Например, если миссия компании связана с технологическими инновациями, стратегия может включать в себя мероприятия по повышению инновационной активности, активную исследовательскую деятельность и разработку новых продуктов. Если видение компании включает в себя мировое лидерство в определенной отрасли, стратегия должна быть ориентирована на глобальное расширение и рост конкурентоспособности предприятия на мировом рынке.

Заключение. Таким образом, при выборе стратегии развития предприятия руководство компании должно учитывать все эти факторы и провести комплексный анализ внешней и внутренней среды, чтобы определить наиболее подходящую стратегию для достижения своих целей и удовлетворения интересов заинтересованных сторон. Позиция компании на рынке и ее относительные преимущества перед конкурентами определяют выбор стратегии, направленной на укрепление конкурентоспособности.

Библиографический список:

1. Горбунова, О. А. Стратегический анализ как этап выбора стратегии развития организации / О.А. Горбунова // Актуальные научные исследования в современном мире. – 2018. – №. 7-2. – С. 76-82.
2. Заступов, А. В. Вопросы регулирования экономических отношений в регионах, обеспечивающих эффективность освоения нефтяных ресурсов / А. В. Заступов // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2008. – № 9(47). – С. 25-28. – EDN JTLVTZ.
3. Заступов, А. В. Отраслевые особенности налогообложения в современной системе недропользования / А. В. Заступов // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2014. – № 2(112). – С. 29-33. – EDN SJABHT.
4. Ильин, И. В. Выбор стратегии развития предприятия на основе метода анализа иерархий / И.В. Ильин, И.М. Зайченко // Наука и бизнес: пути развития. – 2017. – Т. 1. – №. 67. – С. 29-36.
5. Заступов, А. В. Стратегические конкурентные преимущества в управлении активами нефтяных компаний / А. В. Заступов // Нефть. Газ. Новации. – 2011. – № 3(146). – С. 80-82. – EDN NUDZML.
6. Заступов, А. В. Механизмы экономического стимулирования в обеспечении процесса нефтересурсосбережения / А. В. Заступов // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2008. – № 4(42). – С. 39-44. – EDN JUZKRN.
7. Королева, А. А. Проблемы выбора стратегии развития предприятия / А.А. Королева, В.И. Найденов // Мировой опыт и экономика регионов России. – 2021. – С. 128-131.

**DEVELOPMENT AND SELECTION OF THE COMPANY'S
STRATEGY**

Kiryutkin A.O.

Scientific supervisor – Zastupov A.V.

Samara State University of Economics

Keywords: *strategy, company, factor, competition, environment*

The company's position in the market and its relative advantages over competitors determine the choice of a strategy aimed at strengthening competitiveness. A well-chosen strategy allows the company to successfully adapt to changes and maintain its position in the market, as well as identify new opportunities and resources for growth.