**Муллагазиева И.А., студент 2 курса**

**Финансовый университет при Правительстве РФ**

**Россия, г.Уфа**

**Научный руководитель: Растегаева Ф.С.**

**СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ: КЛЮЧЕВЫЕ ЭТАПЫ И СУЩНОСТЬ ПРОЦЕССА**

***Аннотация***

*В данном материале анализируется стратегическое планирование как важный процесс практической деятельности управленческих фигур. Рассматривается содержание данного процесса, выделяются его базовые принципы и процедуры разработки стратегических планов.*

***Ключевые слова:*** *стратегическое планирование, управление, менеджмент.*

Стратегическое планирование представляет собой целостный подход, включающий в себя определение конечных целей компании и создание множества стратегий для их достижения, и не просто функцию управления. Все важные решения принимаются на основе стратегического планирования с учетом целей компании и направления ее развития. Этот процесс обеспечивает эффективное управление командой организации, повышает их мотивацию и позволяет отслеживать выполнение стратегических планов для успешной реализации поставленных задач [5, С. 213]

В условиях острой конкуренции на рынке, российские компании прибегают к стратегическому планированию, как к важному инструменту развития. Данный подход включает оценку текущего положения компании, планирование стратегии роста, анализ конкурентной среды и рынка, прогнозирование возможных изменений в поведении потребителей. После выполнения этих важных шагов, законный представитель компании получает возможность создать оптимальные стратегии развития, гибко адаптироваться к рыночным изменениям и принимать верные управленческие решения вовремя [2, С. 78].

«Инвесторы, нацеленные на оценку потенциала компании перед инвестированием в ее развитие, опираются на стратегический анализ. Регулярное проведение данного анализа помогает компаниям привлечь большее число инвесторов и успешно развивать свой бизнес. Кроме того, стратегическое планирование является сложным процессом, который требует гибкости и адаптивности к внешним и внутренним изменениям, а также выражает долгосрочные цели и ведет к успешному развитию бизнеса [1, С. 102].

Стратегическое планирование включает определение миссии и целей организации, проведение экологического анализа, разработку стратегии и ее реализацию. Это позволяет организации определить свое место на рынке, выработать план действий и достичь поставленных целей.Определение миссии и целей организации помогает контролировать и оценивать ее эффективность.

Важно, чтобы миссия была конкретной и понятной, чтобы она мотивировала сотрудников и клиентов, помогала принимать стратегические решения и обеспечивала долгосрочную стабильность компании. Кроме того, миссия должна быть гибкой и приспособляемой к изменяющимся условиям рынка и потребностям клиентов. Она не должна ограничивать бизнес-возможности компании, но должна стимулировать ее рост и развитие в соответствии с ее ценностями и философией. В целом, миссия – это основа стратегического планирования и ключевой элемент успеха компании, который должен быть постоянно повышенной внимательностью и присутствовать в каждом аспекте деятельности организации.

Миссия не должна отражать текущее состояние бизнеса и включать финансовые вопросы. Он должен быть ориентирован на будущее и не зависеть от текущих обстоятельств. Кроме того, в заявлении о миссии не должно указываться, что прибыль является единственной или основной целью создания организации, поскольку она не является единственным мерилом успеха бизнеса.

Таким образом, миссия компании должна выражать ее ценности и принципы деятельности, определять устремления в будущее и не зависеть от текущих обстоятельств. Она является ключевым элементом целевой функции организации, которая направляет развитие бизнеса и определяет его цели [3, С. 127].

Цель стратегического планирования имеет следующие основные характеристики: она направлена на определенный временной интервал, конкретна и измерима, согласована с другими ресурсами и миссиями, и контролируема.

Основываясь на миссии и целях выживания организации, разрабатываются стратегии развития и устанавливаются организационные политики. Ключевым компонентом стратегического планирования является стратегический или «портфельный» анализ. Он основан на создании двумерной матрицы, которая позволяет сравнить детали, процессы и продукты по соответствующим критериям. Это позволяет более глубоко изучить каждый элемент и принимать взвешенные решения при формировании стратегии развития организации.

Существует три подхода к формированию матриц:

Одним из методов анализа списка переменных является табличный метод, который основывается на представлении данных в виде таблицы. Параметры представлены в виде столбцов, а их значения увеличиваются по мере удаления от наименования столбца. Этот метод используется для проведения анализа портфеля, начиная с верхнего левого угла таблицы и переходя по строкам и столбцам до нижнего правого угла.

В результате использования табличного метода, исследователь может систематизировать данные и получить полное представление о возможных вариантах сочетания параметров. Анализ портфеля важен для определения перспективных объектов, определения доли каждого объекта в общей стоимости портфеля, а также для выявления рисков и минимизации потерь.

Значительным преимуществом использования табличного метода является возможность проведения анализа больших объемов данных, а также упорядоченное хранение и последующее использование информации. Кроме того, возможность быстрого обнаружения ошибок и исключения некорректных значений дополнительно повышает значимость этого метода для исследователей.

В целом, табличный метод анализа списка переменных является эффективным методом исследования данных, обладающим большим потенциалом для проведения анализа портфеля в разных сферах деятельности.

Координатный метод представляет собой уникальный подход к анализу массива данных, где значения переменных изменяются в зависимости от расстояния до точки пересечения координатной плоскости. Применение данного подхода позволяет провести более точный и полный анализ портфеля, начиная с левого нижнего угла и двигаясь к правому верхнему углу. Такой подход обеспечивает высокую точность и качество анализа, а также позволяет получить полное представление о составе портфеля.

Анализ SWOT позволяет выявлять следующие факторы:

Сильные стороны - это уникальные особенности и преимущества компании, которые делают ее конкурентоспособной и успешной на рынке. Эти преимущества могут включать высокое качество продукции, уникальную технологию, лояльных клиентов и т.д.

Слабые стороны - это недостатки и проблемы, которые могут препятствовать развитию компании и снижать ее конкурентоспособность. Эти недостатки могут включать неэффективную организацию производства, низкое качество продукции, отсутствие выделенного бюджета на маркетинг и т.д.

Возможности - это те факторы, которые могут помочь компании увеличить свою прибыль и расширить ее бизнес. Эти возможности могут включать расширение ассортимента продукции, рост числа клиентов, поддержку правительства и т.д.

Угрозы - это внешние факторы, которые могут негативно повлиять на деятельность компании и угрожать ее выживанию. Эти угрозы могут включать наличие сильных конкурентов, изменение законодательства и регулирования, резкое изменение экономической ситуации и т.д.

Анализ SWOT позволяет компании определить свое место на рынке и выработать стратегии для укрепления своего конкурентного преимущества и минимизации угроз. Этот инструмент может использоваться как для стратегического планирования, так и для принятия оперативных решений.

Наиболее эффективное управление организацией возможно только при полном понимании внутренней среды. Для этой цели проводится анализ ресурсов, процессов, структуры и культуры организации.

Один из ключевых аспектов анализа внутренней среды - это менеджмент. Важно изучить организационную структуру и оценить, насколько эффективные имеющиеся процессы.

Сотрудники также играют важную роль в внутренней среде организации. Для этого необходимо проанализировать опыт и навыки персонала, включая их уровень образования, квалификацию и опыт работы.

Наконец, культура организации также является значимым фактором. Специфика этой культуре влияет на эффективность процессов, структуры и ресурсов, используемых в организации. Учет этих аспектов поможет руководству организации принимать более обоснованные и успешные управленческие решения.

Ближайшее окружение анализируется по следующим основным компонентам: покупатели, поставщики, конкуренты, рынок труда. Клиентская аналитика позволяет оценить требования вашей целевой аудитории, их потребности и предпочтения, а также возможность перехода к другим поставщикам. Эта информация помогает компаниям улучшать свои продукты и услуги и определять наиболее эффективные стратегии выхода на рынок.

Для анализа внутренней среды организации используются различные критерии, в том числе человеческие ресурсы, организационное управление, производственные процессы, финансовое положение и маркетинговая стратегия.

Стратегический анализ - это не только создание нескольких потенциальных направлений развития компании, но и выбор наилучшей тактики для достижения поставленных целей. Для этого применяются различные инструменты, такие как количественное прогнозирование, разработка сценариев будущего, анализ портфеля и многие другие [5, С. 217]

Стратегия должна быть гибкой и способной к адаптации к изменяющимся условиям, потому что даже наилучшая стратегическая программа может стать неэффективной из-за изменения ситуации на рынке.

Важным элементом реализации стратегии является мотивация сотрудников. Сотрудники должны понимать цели и задачи организации, стратегию, и свою роль в ее достижении. Необходимо организовать обучение и подготовку персонала, сформировать сильную команду и придерживаться принципов открытости и прозрачности, чтобы обмен информацией между сотрудниками был максимально эффективным.

Успешная реализация стратегии также требует постоянного мониторинга и оценки результатов, чтобы можно было вовремя вносить коррективы, если цели не были достигнуты или прогнозы были ошибочными.

В целом, стратегия – это важный инструмент управления организацией, который позволяет ей достичь поставленных целей, определить направления развития и убедиться в своей конкурентоспособности на рынке.

«Основные составляющие успешного выполнения стратегии:

‒ руководство осуществляет контроль и анализ результатов реализации стратегии с целью коррекции и улучшения ее выполнения;

‒ создание и развитие эффективной команды, способной реализовывать стратегию и достигать поставленных целей;

‒ постоянное изучение рынка, конкурентов и изменений внешней среды с целью адаптации стратегии;

‒ установление системы мотивации и поощрения работников за достижение целей и результатов, связанных с выполнением стратегии.

Если выбранная стратегия соответствует целям фирмы, то ее дальнейшая оценка осуществляется по нескольким критериям:

‒ Учитывается, насколько выбранная стратегия соответствует требованиям окружающей среды и текущему состоянию компании.

‒ Анализируется, насколько стратегия отвечает имеющемуся потенциалу и возможностям фирмы.

‒ Оценивается приемлемость риска, заложенного в стратегии[4, С. 205]

Цель стратегического планирования состоит в том, чтобы установить долгосрочные цели, обеспечить ее реализацию, а также защитить организацию в условиях неопределенности. Для этого необходимо включить в план процессы управления качеством, управления рисками и управления проектами. Такой комплексный подход позволит уверенно принимать решения, осуществлять оперативный контроль и корректировать процессы взаимодействия с окружающей средой.

Таким образом, стратегический анализ – это сложный и глубокий процесс, который включает в себя анализ внешней и внутренней среды компании с целью выявления ее сильных и слабых сторон, возможностей и угроз. В основе данного процесса лежит цель найти лучшие стратегии развития бизнеса, необходимые для достижения целей и укрепления позиций на рынке. Он обеспечивает компанию объективным пониманием своего положения и открывает потенциал для усовершенствования бизнес-процессов и повышения эффективности. Из результатов стратегического анализа строится план развития, который становится основой для будущих успехов. Однако, стоит помнить, что стратегический анализ - это не только инструмент управления, но и серьезная работа и усилия со стороны всей команды.

Список использованных источников

## Виханский О.С. Стратегическое управление: Учебник. - М., 2018.

## Забелин П.В., Моисеева Н.К., Основы стратегического управления: уч. пособие - М:Информационно внедренческий центр "Маркетинг", 2020.

## Камаев В.Д. Экономическая теория: Учебник. - М.: “Владос”, 2019.

1. Стратегия и тактика антикризисного управления фирмой / под редакцией Градова А.П., Кузина Б.И. - СПб.: Специальная литература, 2018.
2. Мироненко, В.О. Стратегическое планирование, его значение и этапы /В.О. Мироненко. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2019. - № 12 (146). – С. 331-333.