
НАУКА КРАСНОЯРЬЯ

Журнал основан в 2011 г.

Том 8, № 3-3

2019

Главный редактор – **Е.Ю. Бобкова**

Зам. главного редактора – **Д.П. Фролов**

Шеф-редактор – **Я.А. Максимов**

Выпускающие редакторы – **Д.В. Доценко, Н.А. Максимова**

Корректор – **С.Д. Зливко**

Компьютерная верстка, дизайн – **Р.В. Орлов**

Технический редактор, администратор сайта – **Ю.В. Бяков**

Ответственный секретарь – **К.А. Коробцева**

KRASNOYARSK SCIENCE

Siberian Journal of Economics and Management

Founded in 2011

Volume 8, № 3-3

2019

Editor-in-Chief – **E.Yu. Bobkova**

Deputy Editor – **D.P. Frolov**

Chief Editor – **Ya.A. Maksimov**

Managing Editors – **D.V. Dotsenko, N.A. Maksimova**

Language Editor – **S.D. Zlivko**

Design and Layout – **R.V. Orlov**

Support Contact – **Yu.V. Byakov**

Executive Secretary – **K.A. Korobtseva**

Красноярск, 2019

Научно-Инновационный Центр

Krasnoyarsk, 2019

Science and Innovation Center Publishing House

НАУКА КРАСНОЯРЬЯ, Том 8, № 3-3, 2019, 124 с.

Журнал зарегистрирован Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Красноярскому краю (свидетельство о регистрации от 10.08.2011 ПИ № ТУ 24-00430) и Международным центром ISSN (ISSN 2070-7568).

Журнал выходит четыре раза в год

На основании заключения Президиума Высшей аттестационной комиссии Минобрнауки России журнал включен в Перечень российских рецензируемых научных журналов, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук.

Статьи, поступающие в редакцию, рецензируются. За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы публикаций. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов. При перепечатке ссылка на журнал обязательна.

Журнал представлен в полнотекстовом формате в Научной электронной библиотеке в целях создания Российского индекса научного цитирования (РИНЦ). ИФ РИНЦ 2016 = 0,117.

Адрес редакции, издателя и для корреспонденции:

660127, г. Красноярск, ул. 9 Мая, 5 к. 192

E-mail: sciences@list.ru

<http://kras-science.ru/>

Подписной индекс в каталогах «Пресса России» – 94090, «СИБ-Пресса» – 94090

Учредитель и издатель:

Издательство ООО «Научно-инновационный центр»

Siberian Journal of Economics and Management, Volume 8, No 3-3, 2019, 124 p.

The edition is registered (certificate of registry PE № TU 24-00430) by the Federal Service of Intercommunication and Mass Media Control and by the International center ISSN (ISSN 2070-7568).

Siberian Journal of Economics and Management is published 4 times per year

All manuscripts submitted are subject to double-blind review.

Siberian Journal of Economics and Management was included in the list of leading peer-reviewed scientific journals and editions, approved by the State Commission for Academic Degrees and Titles (the VAK) of the Ministry of Education and Science of the Russian Federation.

The journal is included in the Russian Scientific Citation Index (RSCI) and is presented in the Scientific Electronic Library. The journal has got a RSCI impact-factor (IF RSCI).

IF RSCI 2016 = 0,117.

Address for correspondence:

9 Maya St., 5/192, Krasnoyarsk, 660127, Russian Federation

E-mail: sciences@list.ru

<http://kras-science.ru/>

Subscription index in the General catalog «The Russian Press» – 94090, «SIB-Press» – 94090

Published by Science and Innovation Center Publishing House

УДК 332

**ПРОБЛЕМА РАЗРАБОТКИ
И РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ В РОССИЙСКИХ
КОМПАНИЯХ ПРИ ПЕРЕХОДЕ К ЦИФРОВОЙ
ЭКОНОМИКЕ**

Шакиров А.А., Зарипова Р.С.

В статье рассматриваются ключевые компоненты и факторы стратегии, проанализированы процессы разработки стратегии в России и проблемы, с которыми сталкиваются российские компании.

Ключевые слова: стратегия; основные цели; основные действия, высшее руководство положений, приказов; стандарты.

**PROBLEM OF DEVELOPMENT
AND IMPLEMENTATION OF STRATEGY
IN RUSSIAN COMPANIES DURING THE TRANSITION
TO A DIGITAL ECONOMY**

Shakirov A.A., Zaripova R.S.

The article discusses the key components and factors of the strategy, analyzes the processes of strategy development in Russia and the problems faced by Russian companies.

Keywords: strategies; specific long-term goals; basic actions; regulations; orders; standards.

Введение

Стратегия – это план, который объединяет основные цели, политику и последовательность действий организации в единое целое. Хорошо сформулированная стратегия помогает организовать и распределить ресурсы организации в уникальную и жизнеспособную позицию, основанную на ее относительных внутренних компетенциях и недостатках. Для компании всегда есть три основных противника, которые составляют ее внутреннюю и внешнюю среду:

конкуренты, потребители и персонал. Невозможно точно определить реакцию оппонентов, но есть возможность предсказать в определенной степени вероятность их дальнейших действий. Эффективная стратегия компании должна быть основана на постоянном анализе внутренних и внешних факторов и должна быть способна победить всех этих противников, которые блокируют путь к успеху компании и максимальной прибыли.

Цель работы

Целью является анализ процессов разработки стратегии в России и проблемы, с которыми сталкиваются российские компании.

Эффективная формальная стратегия компании должна содержать три фундаментальных компонента: цели компании; важные элементы политики, которые направляют сферу деятельности; последовательность основных действий, направленных на достижение целей компании и не выходящих за рамки выбранной политики. Переход от целей к программе действий достаточно сложен и требует разработки миссии организации и определение корпоративных целей на основе миссии. На практике переход от миссии к корпоративным целям не так прост. Большинство концепций управления основаны на конкретных долгосрочных целях и идентификации деятельности без достаточной поддержки миссии и целей компании.

Результаты исследований

В результате проведенного исследования анализа были сделаны следующие выводы. В большинстве своём российские компании тратят три-четыре месяца на разработку своей стратегии, часто привлекая внешних консультантов. Однако в условиях современного бизнеса возникают ситуации, когда в компаниях уже написаны две стратегии, но руководство утверждает, что стратегия неадекватна, и необходимо как можно скорее ее перестроить. Некоторые компании идут другим путем и полагаются на интернет-ресурсы, различные онлайн-консультации и форумы.

В то же время в России существует множество методологий и алгоритмов формирования стратегии. Различные положения, приказы, стандарты и инструкции пытаются изобразить последовательность разработки стратегии по шагам и спланировать логическую цепь разработки стратегии. Сначала руководство проводит опрос отделов, затем определенный отдел обобщает собранные материалы, далее все эти материалы согласовываются со всеми заинтересованными сторонами и руководством компании. Во что бы то ни стало разработчики вставляют разнообразные матрицы стратегического анализа (PEST-анализ, SWOT-анализ и другие) и полученный результат в форме отчетности и представить вышестоящему органу (совету директоров). Затем примерно через год компания начинает работать в соответствии со всеми утвержденными инструкциями и утвержденной стратегией.

Следует отметить, что сотрудники и администрация редко следуют стратегии. Причина этого заключается в том, что как руководство, так и сотрудники понимают и интерпретируют стратегию по меньшей мере двумя различными способами, поскольку каждый участник разработки стратегии неправильно понимает значение термина «стратегия». В этом легко убедиться, попросив каждого участника написать определение.

Разное понимание содержания стратегии приводит к разному пониманию того, что оно должно включать и как оно должно быть реализовано. Прийти к согласию невозможно, если руководство не участвует в процессе выработки стратегии, а лишь просматривает готовые материалы. Когда наступает момент ответственности за ту или иную цель компании, многие менеджеры теряют волю к согласию со стратегией. Именно поэтому стратегия компании должна быть согласована со всеми сотрудниками, иначе нет смысла ее разрабатывать и реализовывать. Все это заставляет нас думать, что стратегический менеджмент можно выразить следующим образом: стратегия должна быть не правильной, а согласованной.

Таким образом, разработка стратегии – это ещё не самое важное; наиболее важным фактором является реализация стратегии.

Это всегда сопряжено с трудностями, поскольку реализация стратегии требует значительных изменений в компании, которые не так легко принять сотрудникам и руководству. Если стиль управления и организационная структура слишком консервативны, то процесс внедрения идет формально.

Список литературы

1. Зарипова Р.С. Процесс управления инновационной деятельностью организаций при переходе к цифровой экономике / Р.С. Зарипова, С.П. Миронов / Наука Красноярья. 2018. Т. 7. № 2–2. С. 25–29.
2. Зарипова Р.С. Управление деятельностью организаций в условиях цифровой экономики / Р.С. Зарипова, О.А. Пырнова / Ученые записки ИСГЗ. 2018. Т. 16. № 2. С. 70–75.

References

1. Zaripova R.S. Protsess upravleniya innovatsionnoy deyatelnostyu organizatsiy pri perehode k tsifrovooy ekonomike / R.S. Zaripova, S.P. Mironov / Nauka Krasnoyarya. 2018. T. 7. № 2-2, pp. 25–29.
2. Zaripova R.S. Upravlenie deyatel'nost'yu organizacij v usloviyah cifrovoj ekonomiki / R.S. Zaripova, O.A. Purnova / Uchenye zapiski ISGZ. 2018. T. 16. № 2, pp. 70–75.

ДАнные ОБ АВТОРАХ

Шакиров Арслан Айнурович, студент

*Казанский государственный энергетический университет
ул. Красносельская, 51, г. Казань, 420066, Российская Федерация*

Зарипова Римма Солтановна, доцент, канд. техн. наук,

*Казанский государственный энергетический университет
ул. Красносельская, 51, г. Казань, 420066, Российская Федерация
zarim@rambler.ru*

DATA ABOUT THE AUTHORS

Shakirov Arslan Ainurovich, student

Kazan State Power Engineering University

51, Krasnoselskaya str., Kazan, 420066, Russian Federation

Zaripova Rimma Soltanovna, associate Professor, candidate of technical Sciences

Kazan State Power Engineering University

51, Krasnoselskaya str., Kazan, 420066, Russian Federation

zarim@rambler.ru

ФОРМЫ АДАПТАЦИИ СОТРУДНИКОВ ТУРИСТИЧЕСКОЙ КОМПАНИИ	
Прохорова М.П., Лебедева Т.Е.	70
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ УПРАВЛЕНИЯ ДЕЛОВОЙ КАРЬЕРОЙ В СИСТЕМЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА	
Сергеев Е.А.	75
ПРОЦЕСС ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ УСЛУГ В ТОРГОВЛЕ	
Смирнова Ж.В., Ваганова О.И.	81
ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКИ ГРУЗИИ	
Стрельцов Р.С.	88
ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	
Тетеркин А.Л., Аюпова В.К., Ахметгареева А.А.	96
ПРОБЛЕМА РАЗРАБОТКИ И РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ В РОССИЙСКИХ КОМПАНИЯХ ПРИ ПЕРЕХОДЕ К ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ	
Шакиров А.А., Зарипова Р.С.	101
СТАНДАРТИЗАЦИЯ ПРОЦЕССОВ РАЗРАБОТКИ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ И ИХ АДАПТАЦИЯ К БАНКОВСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ	
Шакиров А.А., Зарипова Р.С.	106
ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ МЕТОДОВ В ОЦЕНКУ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛА	
Яшкова Е.В., Синева Н.Л., Евдокимова А.В.	110
ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ	115