

**Габидинова Гульназ Сабирзяновна**

канд. экон. наук, доцент

**Рафикова Эльвина Нурфаязовна**

студентка

Набережночелнинский институт (филиал)

ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»

г. Набережные Челны, Республика Татарстан

## **СТРАТЕГИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

*Аннотация:* на современном рынке, где конкуренция достигает высокого уровня, важность правильного подхода в управлении и разработки эффективной бизнес-стратегии нельзя недооценивать. Она служит ключевым показателем, определяющим успех бизнеса независимо от его размеров. В условиях борьбы за внимание потребителей компаниям важно выработать уникальную тактику, отражающую ее сильные стороны. В противном случае отсутствие четкого плана может привести к хаосу и потере возможностей для роста. В статье мы рассмотрим, что включает в себя успешная бизнес-стратегия и насколько она важна для развития бизнеса.

*Ключевые слова:* стратегия, предпринимательская деятельность, конкурентоспособность, устойчивость, управление рисками.

Важным фактором успешности бизнеса в условиях непростой конкуренции является внимательное отношение к запросам клиентов, которые становятся все более требовательными. В стремлении удовлетворить клиентов, предприниматели должны создать уникальные предложения, которые помогут выделиться среди конкурентов и укрепить клиентские отношения.

Обратим внимание на осуществление данной стратегии в нефтяной сфере. Нефтегазовые компании выстраивают свои подходы, учитывая целый ряд особенностей и уникальных факторов, присущих именно данной индустрии. К основным этапам их разработанной стратегии следует отнести.

1. Анализ внешних факторов, таких как: исследование рыночных направлений, наблюдение за соперниками, мониторинг законодательных изменений и прочих влияний. Данный процесс также охватывает внутренние сильные и слабые стороны компании, что позволяет организации детально обрисовать свои стратегические задачи и яснее осознать свою миссию.

2. На следующем этапе важно сформулировать стратегию, которая послужит основой для воплощения целей в жизнь. В.И. Бабенко акцентирует внимание на том, что «для эффективного выполнения планов ключевое значение имеют детализированные документы: маркетинговая стратегия, график производства и финансовый план» [2].

3. После разработки стратегии и тактики наступает этап их реализации. На этом этапе необходимо следить за тем, насколько эффективно выполняются поставленные задачи. Параллельно важно анализировать достигнутые результаты, а при необходимости вносить изменения в текущие действия. Завершив внедрение стратегии, важно произвести оценку ее результативности, выяснив, насколько успешно были достигнуты запланированные цели.

Для изучения мер по оптимизации работы компании необходимо проанализировать основные финансовые и экономические характеристики её деятельности.

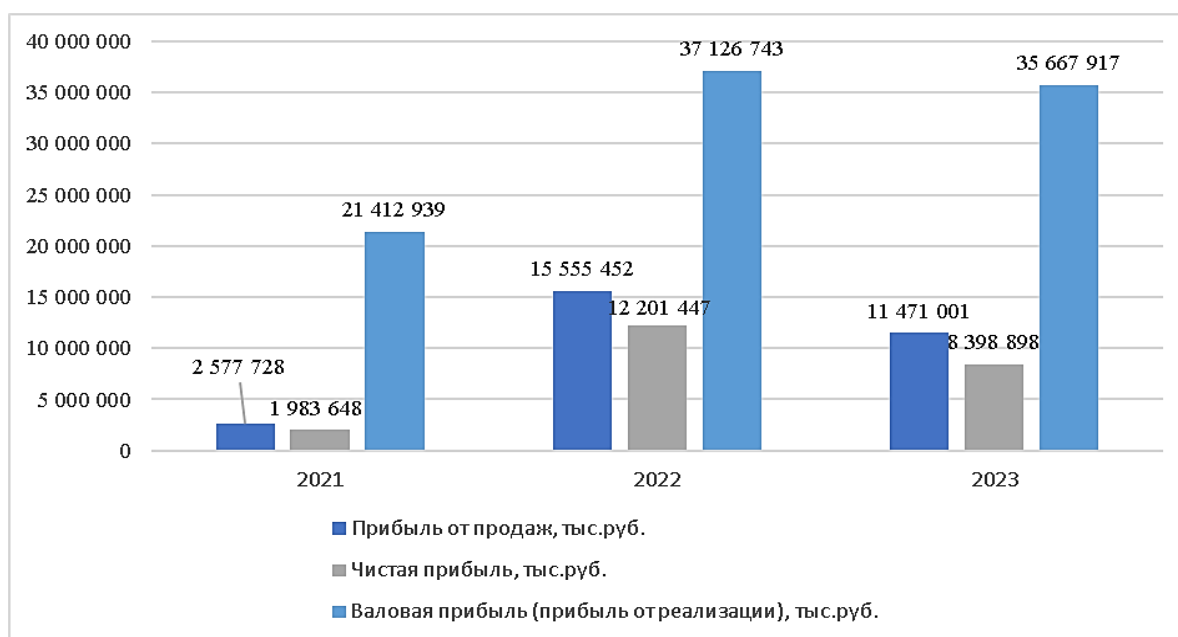


Рис. 1. Изменения валовой прибыли, рентабельности продаж и чистой прибыли в 2021–2023 годах (тыс. руб.).

По итогам 2022 года финансовые результаты компании были на уровне 12 201 447 тыс. руб., однако 2023 год был отмечен резким падением на 31,16%, что составило 8 398 898 тыс. руб., а падение чистой прибыли составило 3 802 549 руб. Это свидетельствует о том, что 2022 год стал оптимальным по уровню валового дохода. В условиях нестабильной экономики компании необходимо оперативное принятие мер. В качестве экспертного мнения К. Баумен считает эту динамику «отражением качества управленческих решений за указанный период» [1].

PEST-анализ необходимо осуществлять, учитывая факторы внешней среды, которые оказывают влияние на работу организации. К таким факторам относятся различные политические процессы, например налогообложение добычи нефти, экономические санкции против НПЗ РФ, и государственные регуляции цен на топливо. Все это оказывает значительное воздействие на успешность данной компании.

Снижение покупательной способности потребителей допустимо вызывает падение спроса на автомобили. По мере роста инфляции также возрастут затраты производителей, что в конечном счете приведет к повышению цен на их продукцию.

Анализируя взаимодействие бизнеса и общества, становится очевидным, для устойчивости и конкурентоспособности компании важна репутация надежного партнера. Следовательно, клиенты доверяют качеству продукции определенной марки, не задумываясь о ее смене. Однако, наблюдая за последними тенденциями на рынке, становится заметным рост популярности электрических транспортных средств, оказывающий негативное воздействие на финансовые результаты традиционных нефтяных компаний.

Нефтеперерабатывающая отрасль активно осваивает новшества, что ведет к росту качества выпускаемых товаров и улучшению соблюдения экологических

норм, одновременно обеспечивая оптимизацию затрат на источники энергии. Вместе с тем популяризация электротранспорта может уменьшить интерес к бензиновым автомобилям, что создает риски для финансового состояния компаний в данной сфере.

Учитывая результаты работы компании, следующим этапом становится выявление особо значимых элементов PEST-анализа.

Таблица 1

### Факторы, влияющие на деятельность компании

Факторы	Возможное влияние
<b>Политические факторы</b>	
Наличие количественных и качественных ограничений на экспорт. Торговая и налоговая политика, включающая тарифы и льготы	Введение ограничений на экспорт товаров, что, в свою очередь, повлияет на изменения в ставке налога на прибыль
<b>Экономические факторы</b>	
Изменение курса валюты из-за роста инфляции и повышения налогов, что повлияет на экономику и покупательскую способность клиентов	Рост себестоимости продукта связан с необходимостью повышения зарплат, снижением покупательной способности населения и налоговой нагрузкой на компании
<b>Социальные факторы</b>	
Оценка импортных товаров и услуг по качеству и уровню сервиса	Стремление клиентов покупать отечественные товары с ожиданием улучшения качества продуктов и обслуживания
<b>Технологические факторы</b>	
Конкуренция технологий и научно-технический прогресс в области услуг способствуют улучшению качества и доступности продуктов для потребителей	Клиенты могут перейти к конкурентам из-за появления новых технологий и материалов, а также нового оборудования

Для успешного функционирования бизнеса важно принимать во внимание внешние факторы, такие как качество предоставляемых товаров и услуг, регулярный анализ новых технологий и материалов с их последующей интеграцией. А для анализа внутренней среды компаний можно применить модель McKinsey 7S. Она состоит из семи элементов, разделенных на две группы: «жесткие» и «мягкие» факторы.

Таблица 2

### Матрица факторов внутренней среды

<p><i>Стратегия:</i> Эффективная система мотивация сотрудников, усиленный контроль качества и индивидуальный подход к клиентам являются основными факторами успеха</p>	<p><i>Структура:</i> - гибкость системы управления</p>
<p><i>Система:</i> Высокий уровень производственных затрат, наличие современного оборудования и олигополия на рынке являются ключевыми факторами в данной области</p>	<p><i>Совместные ценности:</i> - слабый уровень развития корпоративной культуры</p>
<p><i>Способности:</i> - высокий уровень качества продукции</p>	<p><i>Стиль:</i> - удобное месторасположение - благоприятный территориальный аспект</p>
<p><i>Сотрудники:</i> - высокий уровень квалификации сотрудников</p>	

Итак, компания обладает высококвалифицированным коллективом, современным оборудованием, клиент-ориентированным подходом и жестким контролем качества на всех этапах производственных процессов. Тем не менее, она сталкивается с высоким уровнем производственных затрат. В качестве потенциальной угрозы бизнесу можно выделить появлению новых заправочных станций. Однако у компании есть возможности по увеличению количества акционеров, а также перспективы по привлечению и удержанию постоянных клиентов.

В ходе проведения анализа были исследованы внутренние и внешние факторы: ее плюсы и минусы, шансы и риски. Как упоминает К. Баумен, «уменьшение затрат на логистику способно усилить конкурентные позиции предприятий на рынке» [1]. Главная задача в этом процессе – это увеличение производственных затрат. Отклонение мелких оптовиков влияет на финансовые поступления и усложняет процесс планирования средств. Использование стратегических планов и адаптация цен могут снизить риски, вызванные конкурентами среди новых игроков на АЗС. Для эффективного решения этих вопросов предлагается следующее.

1. Разработка единой стратегии для двузначного повышения эффективности и развития обеих современных торговых сетей, а также для более рационального распределения бюджета между ними.

2. Расширение рынка. Основная цель данной стратегии «заключается в увеличении объемов производства на внутреннем рынке, выхода на новые международные рынки либо же внедрении своей продукции в новые сектора экономики. Внедрение плана «расширение рынка» позволяет существенно повысить уровень продаж компании, предлагая различные предложения для конкретных целевых групп». При исследовании рыночной среды компания выделяет наиболее перспективные сегменты с высокой доходностью и сосредоточивает свои усилия на удовлетворении их потребностей.

Для увеличения продаж и повышения прибыли компании следует обратить внимание на следующие шаги.

1. Использование различных инструментов продвижения предоставляет возможность привлечь новых клиентов и поддержать интерес у прежних: рекламные кампании, социальные сети.

2. Поощрения лояльной клиентуры через новые программы способствует росту продаж и удержанию ее интереса, а упрощение процесса покупок (удобные способы расчёта) – облегчает их.

3. Участие же в профильных выставках, конференциях формирует практическое восприятие и расширяет клиентскую базу, создавая деловые связи.

С учетом предложенных рекомендаций компания не только успешно расширит своё присутствие на рынке нефтепродуктов, но и привлечёт новых клиентов, что в свою очередь позволит ей занять лидирующие позиции в этой сфере.

### ***Список литературы***

1. Баумен К. Основы стратегического менеджмента: учеб. пособие / К. Баумен; пер. с англ. под ред. Зайцева Л.Г., Соколовой М.И. – М.: Банки и биржи; ЮНИТИ, 1997. – 175 с.

2. Бабенко И.В. Управление оборотными активами: логистический подход: монография / И.В. Бабенко, С.А. Тиньков. – М.: ИНФРА-М, 2021. – 167 с.

3. Банк В.Р. Финансовый анализ: учеб. пособие / В.Р. Банк, А.В. Тарскина. – М.: Проспект, 2013. – 352 с.