

Чжан вейцы
студент
2 курс магистратуры, Институт социально-гуманитарного
образования
Московский педагогический государственный университет
Россия, г. Москва

ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ КОРПОРАТИВНОЙ СТРАТЕГИИ

Аннотация:

Исследование и анализ корпоративной стратегии играют жизненно важную роль в современной бизнес-среде. В этой статье сначала излагается важность и предпосылки исследования корпоративной стратегии, а затем подробно рассматриваются определение и роль корпоративной стратегии, методология исследования, анализ конкретных ситуаций, влияющие факторы и будущие тенденции. Благодаря исследованию и анализу корпоративных стратегий it может помочь компаниям лучше понимать изменения на рынке, формулировать эффективные конкурентные стратегии и повышать свою конкурентоспособность и прибыльность. В заключительной части подчеркивается практическая значимость исследований и анализа корпоративной стратегии, а также направление исследований, направленное на то, чтобы смотреть в будущее, что является полезным источником вдохновения для корпоративного стратегического управления. Исследование и анализ корпоративной стратегии являются ключом к успеху предприятия и будут продолжать играть важную роль в его будущем развитии.

Ключевые слова: Исследование и анализ корпоративной стратегии, ее важность и влияющие факторы

Zhangweiqin
student
2 courses of a magistrac, Institute of social arts education
Moscow pedagogical state university

RESEARCH AND ANALYSIS OF CORPORATE STRATEGY

Summary:

Research and analysis of corporate strategy play a vital role in today's business environment. This article first outlines the importance and prerequisites of corporate strategy research, and then discusses in detail the definition and role of corporate strategy, research methodology, analysis of specific situations, influencing factors and future trends. Through research and analysis of corporate strategies, IT can help companies better understand market changes., formulate effective competitive strategies and increase their competitiveness and profitability. The final part highlights the practical importance of research and analysis of corporate strategy, as well as the direction of research aimed at looking to the future, which is a useful source of inspiration for corporate strategic management. Research and analysis of corporate strategy are the key to the success of the enterprise and will continue to play an important role in its future development.

Keywords: Research and analysis of corporate strategy, its importance and influencing factors

1. Важность исследования и анализа корпоративной стратегии

Исследование и анализ корпоративной стратегии - очень важная часть корпоративного управления. Благодаря углубленным исследованиям и анализу корпоративных стратегий it может помочь компаниям сформулировать соответствующие направления развития и достичь долгосрочного устойчивого развития. Исследование и анализ корпоративной стратегии могут помочь компаниям понять динамичные изменения рыночной среды, использовать возможности для развития и решать сложные задачи. Исследования и анализ корпоративной стратегии также могут помочь компаниям повысить свою конкурентоспособность, создать имидж бренда, завоевать долю рынка и максимизировать рост и прибыль. Исследование и анализ корпоративной стратегии также могут помочь компаниям избежать

рисков, избежать ошибок и повысить точность и эффективность принятия решений. Исследование и анализ корпоративной стратегии необходимы для развития предприятия и являются одним из ключей к его успеху. В сегодняшней высококонкурентной рыночной среде только постоянное проведение корпоративных стратегических исследований и анализа позволяет нам сохранить конкурентные преимущества и добиться устойчивого развития¹.

История исследований и анализа корпоративной стратегии уходит корнями в развитие бизнес-менеджмента. В условиях растущей рыночной конкуренции и стремительных изменений в окружающей среде предприятия сталкиваются со многими проблемами и возможностями. В этом контексте исследование корпоративной стратегии стало одним из основных направлений управления предприятием.

В условиях углубления глобализации экономики и стремительного развития информационных технологий предприятия нуждаются в более систематическом и научном подходе при разработке и реализации стратегий. И исследование корпоративной стратегии как раз и направлено на решение этой проблемы. Благодаря углубленному изучению внутренней и внешней среды предприятия, структуры конкуренции в отрасли и распределения ресурсов ит может помочь предприятию лучше использовать рыночные возможности, справляться с вызовами и добиваться устойчивого развития.

В нынешних экономических условиях исследование корпоративной стратегии приобретает еще большее значение. В связи с усилением рыночной конкуренции и диверсификацией потребительского спроса компаниям необходимо постоянно корректировать свои стратегии, чтобы адаптироваться к меняющимся рыночным условиям. Постоянные изменения в международной экономической ситуации также привели к большей неопределенности в формулировании корпоративных стратегий.

¹ Лю Лицин. Монопольный конкурентный рынок и инновационная стратегия предприятия [J]. Научные управленческие исследования, 2022 (4): 15-16.

Усиливают исследования и анализ корпоративной стратегии, углубленно обсуждают теоретические и практические вопросы разработки корпоративной стратегии, оказывают мощную поддержку в принятии корпоративных решений и становятся неизбежным выбором для современного управления предприятием.

2. Определение и роль корпоративной стратегии

Корпоративная стратегия - это планы действий и решения, принимаемые предприятием для достижения долгосрочных целей и преимуществ. Важным руководящим принципом для предприятий является определение направления развития, выбор конкурентных преимуществ и распределение ресурсов на основе внешней среды и внутренних ресурсов. При разработке корпоративных стратегий необходимо всесторонне учитывать такие факторы, как рыночный спрос, конкуренты и технологическое развитие, чтобы гарантировать компаниям успех на высококонкурентном рынке.

Роль корпоративной стратегии в основном отражается в следующих аспектах: Корпоративная стратегия может помочь предприятиям определить свое позиционирование и направление развития, а также избежать слепого следования примеру и пустой траты ресурсов. Корпоративная стратегия может помочь компаниям принимать решения и планировать, эффективно интегрировать ресурсы и повышать операционную эффективность и конкурентоспособность на рынке. Корпоративная стратегия может помочь компаниям гибко реагировать на изменения рынка, сохранять конкурентные преимущества и стабильный рост. Корпоративная стратегия также может помочь компаниям создать имидж бренда и корпоративную культуру, а также повысить корпоративную сплоченность и основную конкурентоспособность².

Определение и роль корпоративной стратегии - это основа и гарантия долгосрочного развития предприятия. Это не только ключевой элемент успеха предприятия, но и важная движущая сила для устойчивого развития

² Лю Лицин. Монопольный конкурентный рынок и инновационная стратегия предприятия [J]. Научные управленческие исследования, 2022 (4): 15-16.

предприятия в условиях рыночной конкуренции. Предприятиям следует уделять внимание стратегическому управлению, постоянно оптимизировать и корректировать свои стратегии, чтобы адаптироваться к изменениям рынка и вызовам, а также добиваться долгосрочного устойчивого развития.

2.1 Методология исследования корпоративной стратегии

Методология исследования корпоративной стратегии относится к методам и приемам, используемым на практике для решения проблем или выявления фактов. При проведении исследований корпоративной стратегии исследователи могут выбрать подходящую методологию в соответствии с различными целями и потребностями. Ниже описаны несколько распространенных методологий исследования корпоративной стратегии :

1) Метод качественного исследования: Метод качественного исследования заключается в проведении исследования путем описания и объяснения характеристик, обстоятельств и явлений объекта исследования. При исследовании корпоративной стратегии качественные исследования могут проводиться с использованием интервью, наблюдений, тематических исследований и т.д., чтобы получить глубокое представление о процессе разработки, реализации и результатах стратегии компании.

2) Количественные методы исследования: Количественные методы исследования предназначены для изучения корпоративных стратегий с помощью количественных данных и статистического анализа. Распространенные методы количественного исследования включают анкетирование, эмпирические и экспериментальные исследования, которые могут помочь исследователям проанализировать взаимосвязь между корпоративной стратегией и результатами деятельности, а также изучить взаимодействие между стратегическими переменными.

3) Методы сравнительного исследования: Методы сравнительного исследования проводятся путем сравнения стратегических практик и результатов деятельности различных компаний, различных отраслей или разных стран/регионов. С помощью сравнительных исследований можно

выявить различия и сходства между различными корпоративными стратегиями, и они могут послужить основой для принятия корпоративных стратегических решений.

4) Метод имитационного исследования: Метод имитационного исследования заключается в проведении исследования путем моделирования процесса разработки и реализации корпоративной стратегии. С помощью имитационного моделирования можно оценить влияние различных стратегических решений на эффективность деятельности предприятия и обеспечить научную основу для принятия корпоративных решений.

Выбор методологии исследования корпоративной стратегии должен определяться в соответствии с конкретными проблемами и целями исследования. В то же время, она также может сочетаться с различными методами комплексного исследования, чтобы способствовать углубленному и всестороннему исследованию корпоративной стратегии³.

2.2 Тематический анализ исследования корпоративной стратегии

Тематический анализ исследований корпоративной стратегии заключается в проведении углубленного анализа и сравнительного исследования стратегических мер, принимаемых различными предприятиями в процессе разработки, с целью обобщения успешного опыта и извлеченных уроков, а также предоставления рекомендаций и вдохновения для других предприятий. Ниже мы рассмотрим конкретное содержание и практическую значимость исследования корпоративной стратегии на примере нескольких типичных случаев.

Возьмем, к примеру, Apple. Благодаря инновационному дизайну продукта, сильной маркетинговой стратегии и глобальному подходу Apple успешно создала серию популярных продуктов и добилась больших успехов на рынке. Ключом к успеху компании является точное понимание потребностей потребителей и постоянные технологические инновации, благодаря которым ее продукция всегда занимает лидирующие позиции.

³ Сяо Фэй. Экономический анализ разумного расходования средств на рекламу [J]. Business Times, 2023 (33): 74.

Возьмем в качестве примера Amazon. Благодаря созданию совершенной платформы электронной коммерции и логистической системы Amazon успешно создала крупнейшую в мире платформу онлайн-торговли, предоставляющую потребителям удобный опыт совершения покупок. Ключом к успеху компании является быстрое реагирование на изменения рынка и постоянные инвестиции в технологии, которые позволили добиться устойчивого роста и увеличения доли рынка.

Возьмем в качестве примера компанию Google Inc. Google известна во всем мире своей мощной поисковой системой и рекламным бизнесом. Ключом к успеху компании являются постоянные технологические инновации и внимание к пользовательскому опыту, что позволяет ей постоянно привлекать пользователей и рекламодателей, а также обеспечивать стабильный рост бизнеса и повышение прибыльности.

Из приведенного выше анализа кейсов видно, что исследование корпоративной стратегии имеет важное значение для успеха предприятия. Только постоянно исследуя и обобщая опыт, мы можем найти стратегическое направление, подходящее для нашего собственного развития, повысить конкурентоспособность предприятий и добиться устойчивого развития. Предприятиям следует уделять внимание стратегическим исследованиям, продолжать перенимать передовой опыт и предоставлять больше возможностей для собственного развития.

2.3 Факторы, влияющие на корпоративную стратегию

Факторы, влияющие на стратегию компании, можно разделить на внутренние и внешние. Внутренние факторы включают ресурсы, возможности, культуру и организационную структуру компании. К внешним факторам относятся рыночная конкуренция, экономическая среда, политика и нормативные акты, а также научно-техническое развитие.

Ресурсы и возможности предприятия являются важными внутренними факторами, влияющими на разработку стратегий. Наличие достаточных финансовых средств, талантов и технических преимуществ может помочь компаниям выделиться на фоне конкурентов. Культура и организационная

структура предприятия также окажут важное влияние на реализацию стратегии. Сплоченная и сотрудничающая команда, а также отлаженная и эффективная организационная структура могут способствовать бесперебойной реализации стратегии.

С точки зрения внешней среды, интенсивность рыночной конкуренции и изменения рыночного спроса являются важными факторами, влияющими на стратегический выбор. Компаниям необходимо постоянно обращать внимание на рыночные тенденции и гибко корректировать свои стратегии, чтобы адаптироваться к изменениям рыночного спроса. Неопределенность экономической среды, изменения в политике и нормативных актах, а также темпы научно-технического развития также будут влиять на разработку и реализацию корпоративных стратегий.

Существует множество факторов, влияющих на корпоративную стратегию. Компаниям необходимо всесторонне учитывать внутренние и внешние факторы и разрабатывать гибкие стратегические планы для адаптации к изменяющейся бизнес-среде. Только на основе полного понимания этих факторов предприятие может получить устойчивое конкурентное преимущество и достичь долгосрочных целей в области развития.

В будущем, в связи с ускоренным развитием глобализации и цифровизации, корпоративные стратегические исследования столкнутся с новыми вызовами и возможностями. С одной стороны, глобальная экономическая интеграция будет еще более углубляться, и компаниям необходимо будет уделять больше внимания межкультурному менеджменту и разработке стратегий интернационализации в условиях международной конкуренции. Стремительное развитие цифровых технологий изменит бизнес-среду предприятий, и традиционные отрасли промышленности столкнутся с давлением цифровой трансформации. Исследованиям в области корпоративных стратегий необходимо уделять больше внимания разработке и внедрению цифровых стратегий.

По мере того как экологические проблемы становятся все более актуальными, корпоративная социальная ответственность станет важной

частью корпоративной стратегии. В будущих исследованиях корпоративной стратегии необходимо уделять больше внимания устойчивому развитию и охране окружающей среды, интегрировать концепции охраны окружающей среды в процесс разработки стратегии и обеспечить беспроигрышную ситуацию между экономическим ростом и охраной окружающей среды.

Инновации станут основой конкуренции между предприятиями. В будущем при проведении исследований корпоративной стратегии необходимо уделять больше внимания разработке и внедрению инновационных стратегий, постоянно продвигать технологические инновации и инновации бизнес-моделей предприятий, а также поддерживать конкурентные преимущества. В связи с широким применением новых технологий, таких как искусственный интеллект и большие данные, исследователи корпоративных стратегий также должны уделять больше внимания влиянию технологических инноваций на корпоративную стратегию и постоянно изучать новые бизнес-модели и конкурентные стратегии.

В будущем исследования корпоративной стратегии будут уделять больше внимания интернационализации, цифровизации, устойчивому развитию и инновациям. Компаниям необходимо постоянно корректировать свои стратегии, чтобы адаптироваться к новой конкурентной среде и достичь устойчивого развития и конкурентных преимуществ.

Литература:

1. Лю Чжихуэй, Чжоу Ли, Ли Бинь. Анализ дифференцированной бизнес-модели [J]. Экономика и торговля Китая, 2022 (18): 128.
2. Сяо Фэй. Экономический анализ разумного расходования средств на рекламу [J]. Business Times, 2023 (33): 74.
3. Лю Лицин. Монопольный конкурентный рынок и инновационная стратегия предприятия [J]. Научные управленческие исследования, 2022 (4): 15-16.