

Формирование миссии и стратегического видения в концепции устойчивого экономического развития промышленного предприятия

А.А. Пермовский, В.А. Полянская

ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный педагогический университет
им. Козьмы Минина», г. Нижний Новгород

Статья посвящена рассмотрению вопросов, связанных с формированием миссии и стратегического видения в концепции устойчивого экономического развития предприятий промышленной отрасли. Цель исследования заключается в актуализации правомерного формирования миссии и стратегического видения, определении их места в системе управления промышленным предприятием. Исходя из цели исследования к основным задачам относятся: анализ существующих мнений иностранных и отечественных ученых на предмет выделения определяющих характеристик миссии, а также проведение анализа процесса формирования и выбора миссии промышленного предприятия в контексте устойчивого экономического развития. Научная новизна исследования состоит в определении места миссии и стратегического видения в системе управления промышленным предприятием. В контексте исследования авторами обозначены основные принципы формирования миссии с учетом аспектов устойчивого развития и предложена гипотеза, что применение в миссии в стратегическом видении принципов устойчивого развития добавляет глубину долгосрочным намерениям и расширяет границы экономического развития хозяйствующего субъекта.

Ключевые слова: экономика, промышленность, устойчивое развитие, миссия, стратегия.

В современных динамичных и нестабильных средах существования хозяйствующих субъектов важно сохранять центральный ориентир, гармонию хозяйственной деятельности с экологическими и социальными принципами, формируя систему, определяющую установку устойчивого развития бизнеса, выражение которой может быть отражено в миссии промышленного предприятия. На сегодняшний день миссия, как системообразующий элемент менеджмента современного предприятия, должна выражать наилучшее сочетание ключевых элементов управления, учитывать интересы всех заинтересованных лиц, отображать единство стратегических целей. Миссия – это результат понимания ценностей организации. «Современный экономический словарь», под авторством Б.А. Райзберга, Л.Ш. Лозовского, Е.Б. Стародубцевой, даёт такое определение: миссия организации (лат. *missio* – посылка, поручение) – экономическое предназначение, призвание, цель существования организации [15]. Генерализация миссии и устойчивого стратегического видения с целью достижения устойчивого экономического развития промышленного

предприятия является прочным залогом долгосрочной эффективности. Данные компоненты выдвигают направления развития, обеспечивая соответствие хозяйственной деятельности предприятия с его принципами устойчивости, формируя прочную основу для принятия стратегических концепций.

В рамках проведенного исследования, посвященного изучению использования миссии и стратегического видения в управлении с учетом концепции устойчивого развития, авторами были рассмотрены и проанализированы труды зарубежных и отечественных ученых, в том числе Артура А. Томпсона, А. Дж. Стрикленда, М. Мескона, М. Альберта, Ф. Хедоури, Т.В. Гапоненко, М.В. Мирославской, А.А. Канащенкова, Е.Л. Драчевой, Л.И. Юликова и др. Обобщая гипотезу исследований авторов, стоит отметить, что фокус научной мысли ориентирован на то, что миссия и стратегическое видение является критически важными компонентами в вопросах устойчивого развития предприятия, формирования его позитивного имиджа в социально-экономической среде.

Миссия предприятия – это четкое и логичное изложение цели хозяйствования организации, учитывающее экономические, социальные и экологические аспекты. Устойчивое экономическое развитие хозяйствующего субъекта – систематическая последовательность, траектория развития промышленного предприятия, определяемая его миссией и стратегическим видением, основанная на четкой постановке целей и принципов развития в долгосрочной перспективе. Другими словами, миссия и стратегическое видение, базируемое на принципах устойчивости, являются неким компасом для предприятий в контексте принятия решений, влияющих на последующий выбор технологий, бизнес-моделей и других аспектов в системе управления предприятием. Определяя путь к созданию баланса между экономическим развитием и социально-экологической ответственностью, миссия и стратегическое видение формируют потребность к сбалансированному развитию, в котором экономическая эффективность обеспечивается посредством экологических и социально ответственных практик, что в свою очередь отражает использование более «чистых» технологий производства, обеспечивает переход к циркулярной экономике и справедливому труду. Таким образом, устойчивое экономическое развитие хозяйствующего субъекта на основе формирования миссии и стратегического видения – это целенаправленный процесс преобразования деятельности предприятия, позволяющий достигать лучших результатов хозяйственной деятельности, при этом сохраняя социальную и экологическую ответственность [6, с. 50; 17, с. 164].

Для субъекта рынка наличие индивидуальной, четко сформулированной миссии и стратегического видения у предприятия может стать доверительным ориентиром при выборе его в качестве делового партнера, поставщика, продавца [4]. Миссия должна иметь комплексное направление и затрагивать интересы партнеров, персонала предприятия, потребителей продукции, акционеров, общества в целом. В современной литературе часто отмечается, что миссия должна отвечать на четыре

основных вопроса: что мы создаем? Для кого мы создаем? Почему мы это создаем? Как мы это делаем? Миссия промышленного предприятия представляет собой фундаментальное решение собственников о предназначении организации, ее основных направлениях деятельности и принципах функционирования. В контексте устойчивого развития миссия должна отражать не только экономические, но и социальные, экологические аспекты деятельности предприятия. В этом случае экономический аспект отражается эффективностью результатов хозяйствования, в том числе увеличением прибыли, социальный аспект отражается улучшением условий организации труда и отдыха, поддержкой профессионального образования, а экологический компонент отражается минимизацией воздействия на окружающую среду, оптимальным использованием имеющихся ресурсов, а также ориентацией на внедрение и использование экологически безопасных технологий.

По мнению А.А. Канащенкова, миссию необходимо не только правомерно выбирать, но и периодически пересматривать. Это нужно потому, что в формулировке миссии может быть заложено множество объединяющих символов, а также принципов, затрагивающих настоящее и будущее предприятия [8]. С точки зрения Е.Л. Драчевой, Л.И. Юликова, миссия определяет перечень текущих и стратегических направлений деятельности, основополагающих принципов фирмы, которые определяют образ организации. При этом миссия должна быть выполнена по истечении предвиденного периода времени [5]. Артур А. Томпсон и А. Дж. Стрикленд разделяют миссию и стратегическое видение. Миссию определяют как исходный пункт формирования стратегического видения. Авторы отмечают, что миссия передает суть текущей хозяйственной деятельности предприятия: какие продукты, работы или услуги производятся; кто является потребителем (клиентом); каковы технологические, технические и деловые возможности; отличие от своих конкурентов. Будущий образ предприятия определяет стратегическое видение – путь движения компании в будущее, следовательно, оно важнее миссии. Существует три компонента стратегического видения: миссия компании; долгосрочный курс, который разрабатывается на основе миссии и определяет стратегию предприятия; формулировка стратегического видения для получения массовой поддержки всех сотрудников предприятия. Миссия и стратегическое видение предприятия дают основу для составления стратегических целей и плана, стратегического управления, трансформируясь в конкретные предполагаемые результаты и итоги [18].

В основе формирования миссии всегда лежит комплексный подход, учитывающий интересы всех заинтересованных сторон: от собственников до общества в целом. При этом особое внимание уделяется определению сфер деятельности с учетом экологических ограничений, формулировке целевых показателей эффективности и установлению принципов взаимодействия с заинтересованными сторонами. Кому (заинтересованные лица) и для чего нужна миссия, представлено в табл. 1. Стратегическое видение представляет собой желаемый образ будущего предприятия, отражающий наиболее благоприятную ситуацию в оптимальных условиях внешней среды. В контексте устойчивого развития оно должно охватывать долгосрочные экологические цели,

стратегию ресурсосбережения, планы по развитию социальной ответственности и перспективы технологического совершенствования [1, с. 9; с. 133].

Таблица 1

Основные заинтересованные лица в формировании миссии
промышленного предприятия

Заинтересованные лица	Основное направление развития	Основные ценности в миссии
Собственники	Направление и приоритеты развития бизнеса	Визуализация, осмысление
Потребители	Формирование внимания и заинтересованности к предприятию, которое может удовлетворить нужды и потребности клиентов	Ответственность, простота, инновативность
Акционеры	Обоснование решения о целесообразности инвестирования средств	Эффективность, надежность, прозрачность
Сотрудники	Ощущение себя в команде единомышленников, нацеленной на достижение успеха, получение моральных стимулов, укрепление корпоративного духа	Сотрудничество, профессионализм, совершенство
Партнеры	Понимание места, которое занимает или стремится занять компания на рынке	Стабильность, ясность
Общество в целом	Понимание социального предназначения предприятия	Устойчивое развитие

Авторская гипотеза базируется на предположениях, что к основным принципам формирования миссии, учитывающей концепцию устойчивого развития, относится, в первую очередь, принцип комплексности, охватывающий экономический, социальный и экологический аспекты, как фундамент устойчивого развития промышленного развития. Второй принцип строится на ориентации конкретных заинтересованных сторон, т.е. воспроизводит ценность, создаваемую для участников заинтересованных групп. К третьему принципу относится долгосрочность перспективы, так как миссия базируется на долгосрочной устойчивости предприятия, с планируемым последующим эффектом экономического развития как для региона, так и для экономики в целом. Следующий принцип отражает соответствие ценностям промышленного предприятия, основанным на экологической и социальной ответственности. В данном случае особенно важно определить четкие ценности и донести их до каждого сотрудника. Пятый принцип основан на прозрачности отчетов, миссия должна быть сформулирована таким образом, чтобы предприятие смогло беспрепятственно отразить результат своих действий в области устойчивого развития. С данной точки зрения важно установить конкретные показатели и цели, позволяющие количественно и качественно отражать динамику происходящих изменений. Отражая основные принципы формирования миссии, совершенно логичным обуславливается шестой принцип – измеримости и конкретности, основанный на установлении конкретных и измеримых целей. К заключительному принципу авторы относят мотивационный принцип, призванный сформулировать миссию,

вдохновляющую и мотивирующую сотрудников к достижению целей устойчивого развития предприятия.

Эффективная реализация принципов устойчивого развития возможна только при условии глубокой интеграции миссии и стратегического видения во все уровни управления промышленным предприятием. На стратегическом уровне это проявляется в формировании долгосрочных целей с учетом экологических показателей, разработке стратегии устойчивого развития и определении приоритетных направлений инвестирования. На тактическом уровне интеграция выражается во внедрении экологически безопасных технологий, оптимизации ресурсопотребления и развитии системы экологического менеджмента. Операционный уровень характеризуется внедрением принципов бережливого производства, обучением персонала принципам устойчивого развития и мониторингом экономических показателей.

Применение в миссии и стратегическом видении принципов устойчивого развития добавляет потенциальную успешность долгосрочным намерениям и смыслу существования хозяйствующего субъекта (независимо от его уровня развития и размера). Концепция устойчивого развития становится не просто модным трендом, а необходимым условием эффективного развития промышленного предприятия. Это комплексная система взглядов, направленная на создание гармоничного баланса между потребностями клиентов и возможностями конкретного предприятия. Смысл устойчивого развития заключается в формировании такого мироустройства, где удовлетворение базовых потребностей нынешнего поколения не ставит под угрозу способность будущих поколений удовлетворять текущие нужды. В свою очередь это подразумевает не только экономическую стабильность, но и социальную справедливость, экологическую безопасность и культурное развитие. Совершенствуя локальное, мы развиваем глобальное. С точки зрения системного подхода, решение социальных и экологических проблем на предприятии как сложной экономической системы происходит в процессе функционального взаимодействия с факторами внешней и внутренней среды [9]. В этой связи, при формировании миссии и стратегического видения необходимо определять уровень внешней и внутренней устойчивости, учитывать и анализировать взаимодействие с различными видами окружающих систем. Залогом эффективного хозяйствования является выявление характера форсирования и влияния различных факторов на устойчивое развитие предприятия сегодня и в будущем [16]. Необходимо признать ограничения в области эксплуатации природных ресурсов.

Место миссии и стратегического видения в системе управления промышленным предприятием можно представить в иерархической структуре (рис. 1). Миссия представляет хозяйствующий субъект как конкурентоспособную организационно-экономическую систему, которая четко выражает основные причины его существования. Стратегическое управление строится на высших уровнях руководства, опираясь на стратегическое видение, сформулированное через миссию и долгосрочный

курс (стратегический путь компании). Менеджеры среднего уровня отвечают за тактическое управление, которое находится на стыке стратегического и оперативного управления. Стратегическое видение – это многоуровневое представление о том, каким предприятие должно стать в долгосрочной перспективе, основываясь на принципах и концепции устойчивого развития. Основные элементы стратегического видения сосредоточены, в первую очередь, на долгосрочной перспективе, поскольку важно конкретно определять желаемое состояние хозяйствующего субъекта не только на ближайший год, но и на 5, 10, 15 лет в будущем, учитывая возможные изменения внешних и внутренних факторов. Определение роли предприятия в контексте решения глобальных проблем регламентирует интеграцию его устойчивости на рынке на основе использования инновационных технологий в контексте достижения экономической эффективности.



Рис. 1. Место миссии и стратегического видения в системе управления промышленным предприятием

Источник: систематизировано авторами по данным источников [2, 7]

Обозначая важность формирования миссии и стратегического видения в концепции устойчивого развития промышленного предприятия, важно отметить фактор обеспечения стратегической инициативы, расставления приоритетов и сосредоточения компании на долгосрочных целях развития. Помимо этого, интеграция миссии позволяет повысить конкурентоспособность предприятия, улучшая его репутационную составляющую и имидж. Стимулируя устойчивое развитие на основе внедрения инновационных технологий, предприятие минимизирует риск возникновения рисков, связанных как с социальными, так и с геополитическими проблемами. Стоит отметить критическую важность формирования миссии и стратегического видения в контексте достижения экономических результатов, поскольку

развитие данного направления позволяет обеспечить долгосрочную устойчивость и эффективное развитие хозяйствующего субъекта.

Продолжая исследование теоретических аспектов отечественных и зарубежных авторов, необходимо отметить, что по мнению Артура А. Томпсона и А. Дж. Стрикленда формулировка миссии организации должна содержать следующие аспекты: 1. Потребности клиента, т.е. то, что надо удовлетворять. 2. Группы покупателей, т.е. кто будет объектом обслуживания. 3. Действия, технология и знания, т.е. как предприятие создает и распространяет потребительскую ценность и удовлетворяет потребности своих клиентов [7]. М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури считают, что миссия формируется на описании трех основных элементов: 1. Цель фирмы с точки зрения ее основных продуктов, работ или услуг, ее основных технологий и основных рынков; 2. Внешняя среда по отношению к хозяйствующему субъекту, которая определяет его рабочие принципы; 3. Культура организации. Данные исследователи определяли миссию, как основную общую цель фирмы, сформулированную причину её существования.

Выработанные на основе миссии стратегические цели служат в качестве критериев для всего последующего процесса принятия важных управленческих решений [11]. М.В. Мирославская и А.А. Канащенков описали процесс формирования и выбора миссии промышленного предприятия. Данный процесс состоит из пяти основных этапов. В упрощенном виде схематично он представлен на рис. 2.

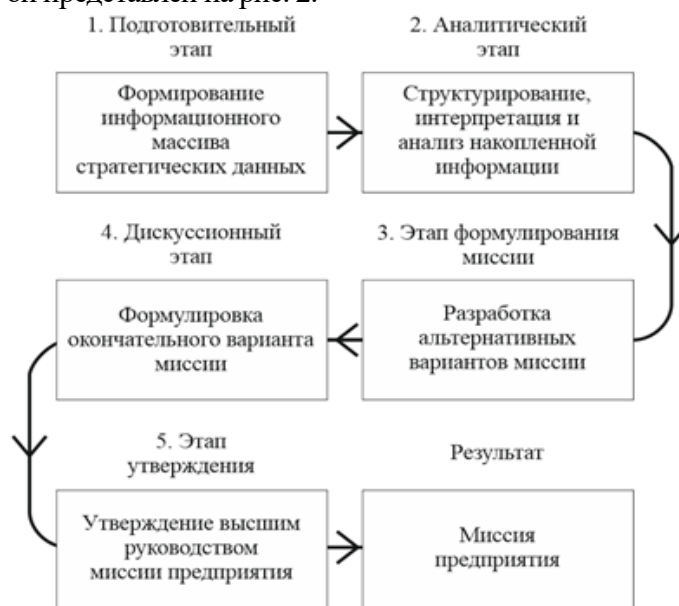


Рис. 2. Процесс формирования и выбора миссии промышленного предприятия

Источник: систематизировано авторами на основании источников [3, 12]

Первый этап является самым трудоёмким, он основан на изучении тенденций развития технических систем и технологий, используемых в производстве промышленного предприятия, на изучении потребительского

спроса и изменений рынка, оценке состояния конкурентной среды. На данном этапе собирается полная информация о внутренней и внешней средах предприятия. Важно обратить внимание на экономические, экологические и социальные вопросы. После определения, сбора информационного массива стратегических данных происходит его структурирование, комплексный анализ ответственными лицами. Далее организуется под руководством группы специалистов обсуждение возможных вариантов миссии в коллективах предприятия. На четвертом этапе выбирается окончательный вариант миссии или несколько, наиболее обоснованных и качественных вариантов. Высшее руководство предприятия изучает окончательные варианты, дает замечания, предложения, после чего миссия может корректироваться, дорабатываться. Когда замечания устранены и найден консенсус, миссия утверждается [10, 14].

Для эффективной реализации миссии и стратегического видения необходимо создание целостной системы управления, включающей механизмы мониторинга и контроля, систему показателей устойчивого развития, инструменты мотивации персонала и обеспечения прозрачности отчетности. Грамотно сформулированная миссия и стратегическое видение служат надежным компасом в процессе трансформации предприятия в соответствии с принципами устойчивого развития. В заключение определяются следующие основные принципы постановки миссии с учетом современных аспектов устойчивого развития: в миссии должна быть четко и конкретно обозначена хозяйственная деятельность предприятия; содержание миссии должно затрагивать внимание, быть понятным и вдохновляющим; в миссии должен быть соблюден учет единства и гармонии экологического, социального и экономического компонентов; адаптация содержания миссии к условиям конкретно сложившейся ситуации в мире.

В настоящее время крупные отечественные промышленные предприятия все большее значение уделяют миссии и стратегическому видению, в то время как малый бизнес пренебрегает работой и инвестициями в этом направлении, считая, что практического применения в этом нет. В свою очередь именно качественная разработка миссии может дать эффективный толчок развитию предпринимательской идеи. Миссия и стратегическое видение с ориентацией на устойчивое развитие – это не просто экономическая принадлежность организации и цели существования, а практические инструменты для создания лучшего будущего, необходимые условия успешного функционирования промышленного предприятия. Для того чтобы понять, зачем хозяйствующему субъекту нужна миссия, необходимо заложить её в основу предпринимательской деятельности, а также сформировать корпоративную этику (углублённый, детализированный вариант миссии), с которой будут согласовываться управленческие решения. Эти варианты можно применять одновременно [13].

Как было сказано ранее, конкретное обозначение миссии и стратегического видения представляется успешным залогом развития экономики промышленного предприятия. С некоторой точки зрения миссия и стратегия выступают своеобразным компасом, позволяющим найти путь

решений и действий, обеспечивающих нацеленность на результат. Миссия определяет суть хозяйственной деятельности предприятия, в то время как стратегия описывает амбиции желаемых результатов на определенный период времени. Приводя конкретные примеры, можно определить возможную общую миссию, например, предоставление инновационных и высококачественных услуг, либо более детализированно, например, ориентация на потребителя, на сотрудников или на прибыль. Обозначая основные критерии правильно сформированной миссии, стоит отметить ее ясность и краткость, целевой фокус, реалистичность, долгосрочность, достижимость. Миссия должна быть нацелена на устойчивый рост предприятия, в то же время отражать мотивацию сотрудников и соответствие возможностям и ресурсам предприятия. Основными компонентами «хорошего» стратегического видения могут выступать такие характеристики, как амбициозность, конкретность и достижимость, учитывая текущее положение предприятия и возможность достижения поставленных целей. Взаимосвязь миссии и стратегического видения особенно тесная, поскольку миссия отвечает на вопрос «что мы делаем и почему?», а стратегия отвечает на вопрос «Для чего мы это делаем и чего хотим достичь?». В этой связи важно обеспечить взаимосвязанную работу ключевых подразделений предприятия с целью эффективной разработки миссии и стратегии, обеспечить их качественными коммуникациями и упростить процесс согласования и утверждения.

Миссия и стратегическое видение в системе управления промышленным предприятием – это конструктивный инструмент управления, определяющий последующую траекторию развития промышленного предприятия в долгосрочной перспективе. В данном вопросе важно отразить тесную взаимосвязь между миссией и стратегическим видением с показателями оценки деятельности промышленных предприятий, анализом их влияния на конечный результат. Так, миссия и стратегическое видение непосредственно влияют на принятие решений о выборе показателей оценки деятельности промышленного предприятия, которые чаще всего используют при анализе для определения динамики достижения целей. В том случае, когда миссия ориентирована на обеспечение долгосрочной перспективы в области достижения результативных финансовых показателей, важно отражать показатели рентабельности, финансовой устойчивости, доходности инвестиций и др. К операционным показателям целесообразно относить индекс производительности труда, оценку качества продукции, степень удовлетворенности клиентов и другие традиционные показатели, отражающие эффективность использования ресурсов. К перечню показателей устойчивого развития стоит отнести набор экологических, социальных и управленческих показателей, отражающих экологическую и социальную ответственность промышленного предприятия. К их числу можно отнести целевые показатели сокращения выбросов и снижения отходов, энергоэффективность предприятия, оценку условий труда, оценку

профессионального обучения и развития сотрудников, а также показатели корпоративного управления и управления рисками.

Показатели оценки деятельности промышленного предприятия выступают в контексте одного из инструментов реализации миссии и стратегического видения в системе управления промышленным предприятием. Точно определив перечень показателей и методику их расчета, можно достичь валидности результатов анализа хозяйственной деятельности промышленных предприятий, что в свою очередь позволяет своевременно оценивать прогресс, динамику достижения целей устойчивого развития, а также определять проблемные области с последующей разработкой корректирующих мер в рамках дальнейшей оптимизации процессов управления. Информирова заинтересованных участников о достижениях в области устойчивого развития, демонстрируя прозрачность результатов хозяйственной деятельности, промышленные предприятия формируют прочную основу для устойчивого экономического развития, что в свою очередь способствует его долгосрочному успеху.

Список литературы

1. Беденко Н.Н., Скудалова О.В., Чегринцова С.В., Цуркан М.В. Трансформация экономико-управленческих отношений в организациях и на уровне регионов в контексте повестки устойчивого развития. Монография. Тверь: Издательство ТвГУ, 2025. 200 с.
2. Веас Иниеста Д.С. Организационно-экономический механизм разработки стратегических целей предприятия микроуровневого управления / Д.С. ВеасИниеста // Московский экономический журнал. 2018. № 5-2. С. 17. DOI 10.24411/2413-046X-2018-15057. – EDN YSUMTZ.
3. Гилева Т.А. Дорожная карта цифровой трансформации предприятия: стратегические и инструментальные аспекты разработки // Экономика и Индустрия 5.0 в условиях новой реальности (ИНПРОМ-2022). 2022. С. 377–382.
4. Горюнова А.А. Формирование миссии организации в нестабильной экономической среде / А.А. Горюнова, Т.В. Гапоненко // . 2016. № 4-2. С. 41–43. – EDN VVVHTE.
5. Драчева Е.Л. Менеджмент: Учеб. пособие для студ. учреждений сред. проф. образования/ Е.Л. Драчева, Л.И. Юликов. 16-е изд., стер. М.: Издательский центр «Академия», 2016. 304 с.
6. Измайлова М.А. ESG-рейтинги и устойчивое развитие: подходы к проведению оценки // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2025. № 2 (70). С. 50–59.
7. Кадомцева М.Е. Концепция устойчивого развития: эволюция теоретических подходов и современное видение // Журнал экономической теории. 2023. Т. 20. №. 1. С. 166–188.
8. Канащенков А.А. Технология разработки миссии предприятия 2016. Т. 2, № 10. С. 20–26. EDN XCGUZX.
9. Кривогузова Н. Разработка стратегии устойчивого развития промышленной компании. – [Электронный ресурс]. URL: <https://articlekz.com/article/28060> (дата обращения: 08.03.2025).
10. Кузнецов В.П. Система создания продукта в теории устойчивого развития производства / В.П. Кузнецов, Е.П. Гарина, Е.В. Романовская. 2015. Т. 15. № 6. С. 41–45. EDN VZSQLD.

11. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф.. Основы менеджмента. Пер. с англ. М.: Изд. «Дело», 1997. 481 с.: ил. Парал. тит. англ.
12. Мирославская М.В. Актуальные вопросы формирования миссии в рамках стратегического управления крупными промышленными компаниями / М.В. Мирославская, А.О. Кучина, Л.И. Хайрутдинова // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2018. № 10-2. С. 100–104. DOI 10.24411/2500-1000-2018-10123. EDN YNMPUT.
13. Муранов Ю. Особенности формирования миссии для предприятия малого бизнеса. [Электронный ресурс]. URL: <https://vsezaimyonline.ru/business/beginner/missiya-predpriyatiya.html> (дата обращения: 08.03.2025).
14. Пермовский А.А. Контроль управления качеством продукции на предприятии / А.А. Пермовский, Е.В. Романовская, Н.А. Бакулина, К.А. Максимова // Московский экономический журнал. 2020. № 11. С. 57. DOI 10.24411/2413-046X-2020-10766. EDN KWVSSS.
15. Райзберг Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. 6-е изд., перераб. и доп. Москва: ИНФРА-М, 2023. 512 с. (Библиотека словарей «ИНФРА-М»). - ISBN 978-5-16-009966-8. Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1904651> (дата обращения: 13.02.2025).
16. Романовская Е.В. Содержание механизма устойчивого развития промышленного предприятия / Е.В. Романовская, Е.П. Козлова // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2018. № 2(50). С. 25–30. EDN XWPOKD.
17. Сметанин А.С. ESG-управление устойчивым развитием бизнеса в России в контексте цифровой трансформации // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2025. № 2 (70). С. 163–172.
18. Томпсон-мл., Артур, А., Стрикленд III, А., и др. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа, 12-е издание: / пер. с англ. М.: Издательский дом “Вильямс”, 2006. 928 с.

Об авторах:

ПЕРМОВСКИЙ Анатолий Алексеевич – аспирант, старший преподаватель кафедры технологий сервиса и технологического образования, ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный педагогический университет им. Козьмы Минина» (603005, Нижний Новгород, Ульянова, 1), e-mail: ttpis@yandex.ru; ORCID: 0000-0002-9131-5723, Spin-код: 8103-3984

ПОЛЯНСКАЯ Виктория Александровна – аспирант, преподаватель кафедры экономики предприятия, ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный педагогический университет им. Козьмы Минина» (603005, Нижний Новгород, Ульянова, 1), e-mail: mishinaaaaavika@mail.ru; ORCID: 0009-0006-6732-8491, Spin-код: 4602-9997.

Formation of a mission and strategic vision in the concept of sustainable economic development of an industrial enterprise

A.A. Permovsky, V.A. Polyanskaya

FGBOU VO “Kozma Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University”,
Nizhny Novgorod

The article is devoted to the consideration of issues related to the formation of a mission and strategic vision in the concept of sustainable economic development of industrial enterprises. The purpose of the study is to update the legitimate formation of a mission and strategic vision, to determine their place in the management system of an economic entity. Based on the purpose of the study, the main tasks include: analysis of existing opinions of foreign and domestic scientists on the subject of identifying the defining characteristics of the mission, as well as analysis of the process of formation and selection of the mission of an industrial enterprise in the context of economic development. The authors defined the basic principles of formulating a mission taking into account the aspects of sustainable development and demonstrated the main aspects of the hypothesis that the application of the principles of sustainable development in the mission and strategic vision adds depth to long-term intentions and expands the boundaries of sustainable economic development of an economic entity.

Keywords: *economy, industry, sustainable development, mission, strategy.*

About the authors:

PERMOVSKY Anatoly Alekseevich – postgraduate student, senior lecturer of the Department of Service Technologies and Technological Education, FGBOU VO “Kozma Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University” (603005, Nizhny Novgorod, Ulyanova, 1), e-mail: ttpis@yandex.ru; ORCID: 0000-0002-9131-5723, Spin-code: 8103-3984

POLYANSKAYA Victoria Aleksandrovna – postgraduate student, lecturer of the Department of Enterprise Economics, FGBOU VO “Kozma Minin Nizhny Novgorod State Pedagogical University” (603005, Nizhny Novgorod, Ulyanova, 1), e-mail: mishinaaaaavika@mail.ru; ORCID: 0009-0006-6732-8491, Spin-code: 4602-9997

Статья поступила в редакцию 12.10.2025 г.

Статья подписана в печать 15.10.2025 г.