

Куликов Петр Мусеевич, к.э.н., доц., ХНЭУ

Сигаева Татьяна Евгеньевна, ХНЭУ

УДК 658.14/17

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕМ ПРЕДПРИЯТИЯ С ВНЕШНЕЙ СРЕДОЙ В ПРОЦЕССЕ ИНВЕСТИРОВАНИЯ

В статье предложены основные критерии, которые целесообразно использовать для выбора стратегий информационного взаимодействия предприятия с субъектами внешней среды: его инвестиционная привлекательность, эффективность инвестиционного проекта и приоритетность аудитории. Рассмотрены также основные виды стратегий взаимодействия

В современных условиях хозяйствования развитие предприятия должно основываться на активной инвестиционной деятельности, при помощи которой оно сможет осуществлять расширенное воспроизводство, завоевывая новые рынки и обеспечивая поддержание и повышение своей конкурентоспособности. Предприятие, как сложная и открытая социально-экономическая система, находится в постоянной взаимосвязи с субъектами внешней среды, что обеспечивает ему получение оперативной информации об изменениях ее состояния и позволяет принимать своевременные обоснованные управленческие решения. В этой связи в процессе инвестиционной деятельности, являющейся составляющей и основой его функционирования и развития, предприятие также должно уделять серьезное внимание информационному взаимодействию с субъектами внешней среды, в качестве которых выступают партнеры, конкуренты, органы управления, потребители, которых в отношении инвестирования следует рассматривать как потенциальных и реальных инвесторов. Именно в таком контексте следует анализировать информационное взаимодействие, то есть как взаимодействие с инвесторами. Исследования этой проблемы являются

недостаточно комплексными, что обуславливает необходимость их продолжения и объясняет актуальность данной статьи.

Проблемам активизации инвестиционной деятельности посвятили свои научные публикации многие отечественные и зарубежные ученые, такие как Бланк И.А., Гитман Л.Дж., Гойко А.Ф., Джонк М.Д., Идрисов А.Б., Пересада А.А., Яковлев А.И. В них раскрыты виды и особенности инвестиций, процесса инвестиционного проектирования. Поскольку инвестирование является сложным и длительным процессом, нуждающимся в управлении, проблемы стратегического управления ним также привлекали внимание ученых, среди которых Пономаренко В.С., Рейли К., Федоренко В.Г., Холт Р.Н., Ястремская Е.Н. В их работах уделено глубокое внимание решению проблем формирования инвестиционных стратегий. Вместе с тем, остаются недостаточно полно исследованными вопросы информационного взаимодействия предприятия с субъектами внешней среды, среди которых приоритетными являются потенциальные и реальные инвесторы. В этой связи возникает объективная необходимость в продолжении исследований по данной тематике, которая приобретает особую значимость в современных условиях информационной экономики. Поэтому целью данной статьи является формирование предложений по вопросу стратегического управления информационным взаимодействием предприятия с субъектами внешней среды в процессе инвестирования.

Для того, чтобы обеспечить действенность стратегического управления информационным взаимодействием, необходимо решить две основные проблемы:

обосновать определяющие критерии, которые являются основой для принятия решений об интенсивности, моделях и инструментах взаимодействия;

выделить этапы стратегического управления информационным взаимодействием относительно формирования стратегий и определить их виды.

Относительно основных критериев выбора стратегий в процессе стратегического управления, следует ориентироваться на:

возможности предприятия, которые являются определяющими для активизации его инвестиционной деятельности и воплощаются в инвестиционной привлекательности. При этом под инвестиционной привлекательностью следует понимать способность предприятия удовлетворять цели инвестирования за счет наличия ресурсов (материальных, финансовых, трудовых, информационных) в достаточном объеме и необходимого качества;

возможные и ожидаемые результаты инвестирования, заключающиеся в экономической эффективности (внешней – бюджетной, рыночной, социально-экономической; внутренней – общей и частной, то есть технико-технологической, организационной, социальной, экологической) предлагаемого к реализации инвестиционного проекта;

приоритетности субъекта внешней среды, вступающего во взаимодействие. При этом приоритетность может быть охарактеризована посредством: непосредственного участия в инвестировании проекта; возможности принимать решения об организационной или экономической поддержке инвестиционного проекта; управления его внедрением и реализацией. Как правило первая характеристика приоритетности относится непосредственного к инвесторам, вторая к органам государственного, регионального управления или местного самоуправления, а третья – к реинжиниринговым компаниям. Однако, по принципу дизъюнкции, эти характеристики могут сочетаться и быть присущи одному субъекту одновременно. Именно при наличии всех трех характеристик субъект может быть охарактеризован как высоко приоритетный, при наличии двух или одной – как средне приоритетный, а в случае их отсутствия как низко приоритетный или неприоритетный.

Основными этапами выбора стратегий информационного взаимодействия являются такие:

определение целей инвестирования и информационного взаимодействия;

анализ инвестиционной привлекательности предприятия;

определение экономической эффективности инвестиционного проекта;

выявление приоритетности субъекта внешней среды;

сопоставление результатов;

обоснование инструментов информационного взаимодействия (индивидуальной работы, рекламы, PR-акций)

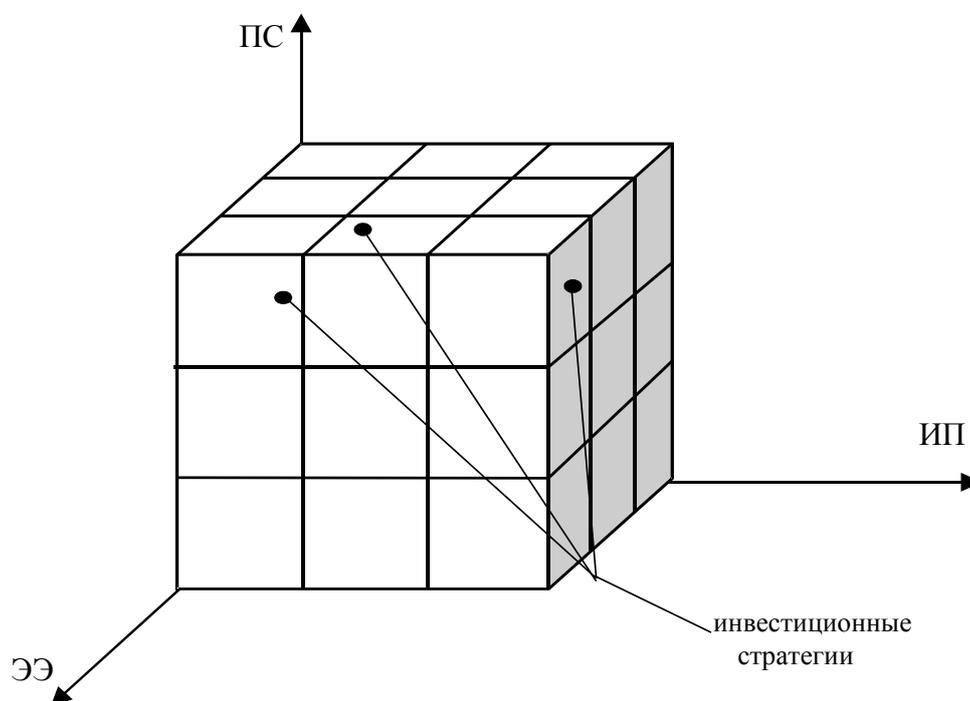
выбор стратегии информационного взаимодействия;

реализация стратегии;

контроль результатов реализации стратегии

анализ результатов контроля.

Таким образом, основываясь на трех основных критериях, можно предположить необходимость их объединения в куб стратегий информационного взаимодействия, представленный на рис.1.



ИП – инвестиционная привлекательность предприятия;

ЭЭ – экономическая эффективность инвестиционного проекта;

ПС – приоритетность субъекта внешней среды

Рис. 1. Обобщенный вид куба стратегий информационного взаимодействия предприятия с субъектами внешней среды в процессе инвестирования

В кубе позиционируются стратегии в соответствии с такими коммуникационными инструментами: для низко приоритетных субъектов – PR-акции, средне приоритетных – реклама, высоко приоритетных – индивидуальная работа, что соответствует трем горизонтальным плоскостям куба по вертикали. Относительно позиционирования стратегий в плоскостях куба, которые представляют собой три матрицы, разновидности стратегий можно обосновать в соответствии с их классификацией, представленной в табл. 1.

Таблица 1

Классификация стратегий информационного взаимодействия предприятия в процессе инвестирования

Классификационный признак 1	Вид стратегии 2
общая стратегическая направленность функционирования и развития предприятия	выживания; паритета; лидерства
бинарность управленческих решений	Преимущественное инвестирования; инвестирования; не инвестирования
принадлежность объекта вложения к среде жизнедеятельности предприятия	внутреннее инвестирование; внешнее инвестирование
главная цель	увеличение: рыночной стоимости предприятия (капитала); доходности или прибыльности; ликвидности; уменьшения риска
темпы вложения капитала	интенсивное инвестирование, если его темпы превышают средне отраслевые или собственные в предыдущем периоде или по предыдущему проекту (с наращиванием темпов); неинтенсивное инвестирование (с неизменностью темпов); регрессивное (с замедлением темпов)
объемы вложения	активная (с увеличением объемов вложения); стабильная (с неизменностью объемов); осторожная (с уменьшением объемов)
вид экономической эффективности	экономическая; социальная;

		экологическая; организационная; технико-технологическая; финансовая; смешанная
уровень эффективности	экономической	высокоэффективная; среднеэффективная; низкоэффективную или неэффективная

Окончание табл. 3.1

1	2
уровень риска	высоко рисковая; средне рисковая; низко рисковая или без рисковая
источник	Заемного инвестирования; привлеченного инвестирования; самоинвестирования
форма собственности инвестированных средств	частного инвестирования; коллективного инвестирования; государственного инвестирования; муниципального инвестирования; смешанная
вид налоговых и кредитных льгот	льготная; точечного или селективного льготирование; отсутствие льгот
уровень инновационности проектных предложений	инновационная (мутационная); имитационная
целевой объект	инвестирования в: товар (продукцию); рынок; средства производства (техничко - технологическая)
конкурентная направленность	обеспечение цен; обеспечения качества; поиска возможностей; инновационная
функциональная направленность	маркетинговая; снабженческая; подготовки производства; производственная; сбытовая
срок	долгосрочная; среднесрочная; краткосрочная
неизменность условий капиталовложений	адаптивно-ситуационная; постоянный
отраслевая направленность	инвестирования в определенную отрасль или вид экономической деятельности
территориальная направленность	инвестирования в определенный регион (территорию)
сосредоточение капитала	диверсификации (узкой - в родственные объекты по отраслевому, территориальному и другим признакам; широкой - в неродственные объекты); концентрации
PR-акции	направленные на объект сравнения, направленные от объекта сравнения
реклама	стимулирующая; напоминающая
индивидуальная работа	эксклюзивная, типовая; активная, пассивная; постоянная, точечная; первичная, вторичная; заклучительная; привлекательности, эффективности.

Таким образом, информационное взаимодействие предприятия с субъектами внешней среды целесообразно обосновывать с учетом инвестиционной привлекательности предприятия, экономической эффективности инвестиционного проекта и приоритетности субъекта внешней среды, вступающего во взаимодействие. Изложенный материал является основой для разработки комплекса методического обеспечения по обоснованию использования коммуникационных инструментов – PR-акций, рекламы и индивидуальной работы с субъектами в процессе инвестирования.

Литература

1. Бирман Г., Шмидт С. Экономический анализ инвестиционных проектов: Пер. с англ. / Под ред. А.П. Белых. – М.: Банки и Биржи, ЮНИТИ, 1997. – 631 с.
2. Бланк И. А. «Инвестиционный менеджмент. – К., МП «ИТЕМ» ЛТД, «Юнайтед Лондон Трейд Лимитед». 1995. – 448 с.
3. Економічні та соціальні аспекти управління інвестиційною діяльністю. / Пономаренко В.С., Гриньова В.М., Лисиця Н.М., Ястремська О.М. – Харків: Вид. ХДЕУ, 2008. – 180 с.
4. Ендовицкий Д. А. Комплексный анализ и контроль инвестиционной деятельности: Методология и практика. - М.: Финансы и статистика, 2006. – 398 с.
5. Пересада А.А. Основы инвестиционной деятельности. –К.: «Издательство Либра» ООО, 1996. – 344 с.
6. Управление инвестиционной активностью / Под ред. Ю.П.Анискина – М.: ИКФ Омета-Л, 2007. – 272 с.
7. Управление инвестициями: в 2-х томах. Т. 1, Т.2 // В. В. Шеремет, В. М. Павлюченко, В. Д. Шапиро и др. - М.: Высш. шк., 1998. - 413 с., 509 с.
8. Федоренко В. Г., Гойко А. Ф. Инвестознавство. - К.: МАУП, 2005. - 408 с.
9. Федоренко В.Г. Інвестиційний менеджмент. – К.: МАУП, 2006. – 280 с.