

ВЛИЯНИЕ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕГО ОКРУЖЕНИЯ НА СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Аннотация. Определены экономическая сущность и роль стратегического менеджмента в рыночных условиях хозяйствования предприятия. Рассмотрено влияние факторов внешней среды на возникновение и развитие стратегического менеджмента.

Анотація. Визначено економічну сутність і роль стратегічного менеджменту в ринкових умовах господарювання підприємства. Розглянуто вплив факторів зовнішнього середовища на виникнення й розвиток стратегічного менеджменту.

Annotation. The economic essence and a role of strategic management in market conditions of managing of the enterprise is defined. Influence of factors of an environment on occurrence and development of strategic management is considered.

Ключевые слова: предприятие, стратегический менеджмент, внешняя среда, экономические факторы, политические факторы, технологические факторы, социально-культурные факторы.

Внешняя среда предприятий характеризуется чрезвычайно высокой степенью сложности, неопределенности и динамизма. Предприятия, которые стремятся охватить как можно больше рынков, произвести как можно больше разнообразных продуктов, чтобы удовлетворить потребности различных групп потребителей, необязательно будут иметь наибольшую прибыль по отрасли. Для достижения целей необходима целенаправленная концентрация сил и правильно выбранная стратегия. Иными словами, кто лучше осуществляет стратегическое планирование, тот быстрее достигает поставленных целей.

Влиянию факторов внешнего окружения посвящено множество работ как отечественных ученых, так и западных специалистов. Существенный вклад в решение данной проблемы внесли: А. Зуб, В. Пастухов, А. Чандлер, К. Эндрюс, М. Портер.

Целью данного исследования является анализ влияния факторов внешней среды при стратегическом планировании деятельности предприятия.

Современный этап реформирования экономики Украины требует нового подхода к управлению предприятиями, выработки такой хозяйственной политики и стратегии, которые позволяют организации поддерживать конкурентные преимущества в долгосрочном периоде. Принятие управленческих решений руководителями организаций не может ограничиваться узкими рамками текущих производственных проблем. Их деятельность должна стать научно обоснованной и не только учитывать, но и предвидеть изменения, происходящие во внешней среде, чтобы влиять на них для достижения поставленных целей [1].

Современным инструментом управления развитием организации в условиях нарастающих изменений во внешней среде и связанной с этим неопределенности является методология стратегического менеджмента (стратегического управления).

Большинство авторов определяют стратегический менеджмент как деятельность по экономически эффективному достижению перспективных целей предприятия на основе удержания конкурентных преимуществ и адекватного реагирования на изменения внешней среды [2]. Как видим, сущность стратегического менеджмента характеризуется специфическими целями, эффективностью и приоритетным учетом внешней среды, а завоевание и удержание конкурентного преимущества рассматривается как средство достижения стратегически значимых результатов.

Все составляющие внешней среды предприятия в большей или в меньшей степени оказывают влияние на результативность его деятельности.

Первым шагом анализа факторов внешней среды является сбор информации о социальных, экономических, политических и технологических тенденциях в изменениях среды существования организаций. Для этого часто назначают отдельных сотрудников в организации или приглашают внешних консультантов, перед которыми ставится специальная задача – следить за различными источниками информации, такими как профессиональные журналы, книги и газеты, информационные системы, Интернет, библиотеки, научные исследования, ведущиеся в университетах и научно-исследовательских институтах, поставщики, распространители, покупатели, конкуренты и др. Эти специалисты представляют периодические обзорные доклады руководству (топ-менеджерам), отвечающему за организацию исследования факторов внешней среды. В крупных организациях такая работа ведется постоянно [2].

Факторы внешней среды, которые должны быть исследованы, могут быть разделены на четыре основные группы: экономические, политические, технологические, социально-культурные [3, с. 60].

Внешние экономические факторы должны постоянно оцениваться, так как состояние экономики влияет на цели фирмы и способы их достижения. Это темпы инфляции, международный платежный баланс, уровень

новую возможность для предприятия. В число параметров внешней среды предприятия входят также уровень экономического развития отдельных регионов, соотношение между потреблением и накоплением, экспортом и импортом, наличие финансовых резервов и инвестиционных ресурсов и др. [4, с. 47].

Внешние политические условия включают государственное устройство и государственную политику, в том числе внешнюю и внутреннюю. От того, как устроена политическая система, зависит ее влияние на деловую активность предприятий: она может способствовать их развитию или создавать трудности для него [4, с. 47]. Большое значение имеет также политическая стабильность в обществе. От этого зависит уровень притока инвестиций и другого рода ресурсов в определенный регион. Отношение административных органов власти к бизнесу выражается в установлении различных льгот или пошлин, которые либо развивают бизнес в регионе, либо вытесняют его, создавая неравноправные условия для различных организаций. Также используются приемы лоббирования интересов определенных промышленных групп в правительственных учреждениях, что оказывает влияние на весь бизнес в целом [5].

Значительное влияние на деятельность предприятий оказывают технологические факторы, которые определяют возможность повышать эффективность производства, а следовательно, эффективность способов удовлетворения потребителей. Для того чтобы организация могла быть конкурентоспособной, необходимо собирать, хранить и распределять большие объемы информации о новациях, возникающих в среде деятельности [5]. В последнее время появились совершенно новые технологии обработки ресурсов и информации: компьютерная и лазерная техника, робототехника, спутниковая связь, биотехнологии и т. д. Исследователи говорят о высокой скорости изменения технологий, и эта тенденция сохраняется.

Социальные и культурные факторы формируют стиль общественной жизни, работы, потребления и оказывают значительное воздействие практически на все организации. Новые тенденции создают тип потребителя и, соответственно, вызывают потребность в других товарах и услугах, определяя новые стратегии организации. Основными социально-культурными факторами, с которыми организации сталкиваются чаще всего, являются: рождаемость, смертность, коэффициенты интенсивности иммиграции и эмиграции, коэффициент средней продолжительности жизни, располагаемый доход, стиль жизни, образовательные стандарты, покупательские привычки, отношение к труду, отношение к отдыху и др. [5].

После того, как собранная информация по вышеперечисленным факторам будет оценена, возникшие вопросы обсуждаются на встречах с менеджерами, задачей которых является определение возможностей и угроз и, что особенно важно, разработка базовых показателей эффективности для действий в соответствии с выявленными возможностями и угрозами. Менеджеры высшего звена определяют приоритет этих показателей и составляют список наиболее важных факторов успеха, которые и являются основой стратегического планирования, результаты исследования передаются в подразделения и широко распространяются в организации.

Таким образом, системный анализ факторов внешней среды позволяет существенно повысить эффективность стратегического менеджмента и своевременно предусмотреть формирование корректирующих действий дальнейшего развития предприятия путем сопоставления количественного выражения их влияния. Анализ основных сил влияния на формирование стратегического менеджмента позволяет адекватно распределить ресурсы системы управления с учетом временного пространства, что способствует оптимизации внутренних резервов развития предприятия и повышению эффективности деятельности в целом.

Научн. рук. Мельник В. И.

Литература: 1. Хмиль Т. М. Стратегический менеджмент : учебное пособие / Хмиль Т. М., Василик С. К., Шишмарева Л. О. – Х. : ИД "ИНЖЭК", 2004. – 136 с. 2. Корпоративный менеджмент [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://cfin.ru/management/strategy/what_is_strategy.shtml/. 3. Полякова Я. А. Воздействие факторов внешней среды на возникновение и развитие стратегического менеджмента / Полякова Я. А. // Управління розвитком. – 2005. – № 1. – С. 59–64. 4. Экономика предприятия : учебник для вузов / под ред. В. Я. Горфинкеля, В. А. Швандара. – М. : ЮНИТА–ДАНА, 2004. – 670 с. 5. Административно-управленческий портал. – Режим доступа : http://www.aup.ru/books/m71/5_2.htm.