

СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ВНУТРІШНЬОЇ ТА ЗОВНІШНЬОЇ СЕРЕДИ ОРГАНІЗАЦІЇ

Ємельянов Р.І., 3 курс

Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Д. Моторного

У сучасних ринкових умовах компаніям необхідно приділяти увагу питанню розробки стратегічного плану розвитку. Це дозволяє їм залишатися конкурентоспроможними в порівнянні з іншими організаціями. З цією метою менеджери проводять аналіз внутрішнього і зовнішнього середовища організації.

Початковим етапом побудови структури компанії є визначення функціональних обов'язків співробітників, і з ким вони будуть взаємодіяти в процесі трудової діяльності. Наприклад, в організації люди можуть працювати автономно (незалежно один від одного), можуть працювати на конвеєрі або в бригадах. Процес проектування роботи визначається багатьма факторами, таких як рівень кваліфікації працівника, необхідний для здійснення такої діяльності, обсяг роботи кожного співробітника, чи потрібно проходження курсів підвищення кваліфікації тощо. В даний час сформувалися основні типи структур, такі як лінійна, функціональна, лінійно-функціональна, дивізійна, матрична, проектна. Також починають формуватися нові типи мережевих структур, пов'язані з розвитком інформаційних технологій. Ці структури є актуальними в умовах динамічно мінливого зовнішнього середовища.[2]

Внутрішньо організаційні процеси можна поділити на три групи:

1. Координація, здійснювана за рахунок наказів і розпоряджень керівників, а також на основі сформованих в організації норм і правил;
2. Прийняття рішень, яке може здійснюватися як «знизу вгору», так і «зверху вниз», тобто тільки на верхньому щаблі управління;
3. Комунікація, яка може бути в письмовій формі, у багатьох компаніях вона представлена у вигляді розмов, поєднуючи перший і другий вид комунікації.

В даний час актуально взаємодія співробітників через електронну пошту. Технологія - це технічні засоби і способи їх комбінування і використання для отримання кінцевого продукту, створюваного організацією. До питань менеджменту відноситься питання вибору найбільш підходящої для даної організації технології та визначення її ефективного використання. Кадри складають основу функціонування будь-якої компанії. Організація здатна здійснювати свою діяльність і успішно функціонувати завдяки наявності в ній співробітників. Працівники компанії беруть участь у створенні її продукту, вони формують культуру організації, її внутрішній клімат, від них залежить те, чим є організація. У зв'язку з такою позицією кадрів в організації, менеджерам варто бути уважним до них, сприяти їх професійному розвитку, підвищенню кваліфікації, просуванню по кар'єрних сходах.[4]

Можна виділити п'ять груп функціональних процесів, які охоплюють діяльність будь-якої організації і є об'єктом управління з боку менеджменту:

- 1) виробництво;
- 2) маркетинг;
- 3) фінанси;
- 4) робота з кадрами;
- 5) екзаунтинг (облік і аналіз господарської діяльності).

Будь-яка організація не є замкнутою системою і постійно взаємодіє із зовнішнім середовищем. З навколишнього світу компанія отримує ресурси, необхідні їй для здійснення своєї діяльності. Якщо організація не буде підтримувати зв'язки з зовнішнім світом, то вона найближчим часом припинить своє існування. Зовнішнє середовище непостійна і схильна до змін, тому в завдання менеджерів входить обов'язок адаптувати компанію під нові зміни. Зовнішнє оточення організації можна представити у вигляді двох сфер. До першої сфери

відноситься склалася в країні політична, економічна, правове середовище, а також особливості менталітету населення, національні традиції.[1]

Друга сфера буде різна для організацій, так як в неї входять безпосередньо постачальники, покупці, конкуренти, партнери, державні та муніципальні органи, з якими взаємодіє компанія. Вони надають більш значущий вплив на діяльність організації. При цьому дії організації також будуть змінювати зовнішнє середовище. Стратегічний аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища спрямований, в першу чергу, на вивчення двох груп факторів: умов в галузі і положення на ринку, сильних і слабких сторін.

Стратегічні рішення пов'язані радше з зовнішніми, ніж з внутрішніми проблемами організації, особливо рішеннями по вибору номенклатури продукції і сегментів ринку.

Як основний інструмент регулярного стратегічного управління, пропонується вибрати матрицю «якісного» стратегічного аналізу (SWOT). SWOT-аналіз - це аналіз, в основі якого лежить дослідження сильних характеристик організації, слабких сторін, а також можливостей і загроз, що виходять із зовнішнього середовища.[]

Для проведення SWOT-аналізу необхідно побудувати матрицю, що складається з двох частин - зовнішнього і внутрішнього середовища. Зовнішнє середовище поділяють також на два розділи - можливості і загрози. У свою чергу, внутрішнє середовище розділена на сильні і слабкі сторони організації. В цілому, проведення SWOT-аналізу зводиться до заповнення матриці. У відповідні комірки матриці необхідно занести сильні і слабкі сторони організації, а також ринкові можливості і загрози: - сильні сторони - переваги організації, які створюють нові можливості для організації. Переваги можуть полягати як в наявних унікальних ресурсах, використовуваної технології, високої кваліфікації співробітників, бренд, якість продукції. - слабкі сторони - це недоліки компанії, які заважають її розвитку. Наприклад, вузький асортимент товарів, що випускаються, погана репутація на ринку, недолік фінансування, низький рівень сервісу і т. П. - ринкові загрози - події, які ще не відбулися, але їх поява може негативно позначитися на функціонуванні компанії. Наприклад, поява нових компаній, які можуть підвищити конкуренцію на ринку, введення нових законів, що обмежують діяльність організації, зміна попиту на продукцію, що випускається або надані послуги.[3,5]

SWOT-аналіз один з найпростіших в розумінні методів, тому він став популярним і затребуваним у менеджерів компаній різних рівнів і сфер функціонування.

Вчасно проведений стратегічний аналіз організації, розгляд її конкурентних сильних сторін, недоліків, що заважають розвитку, перспективних можливостей і загроз, дозволяють виробити оптимальну стратегію компанії, що дозволяє їй залишатися конкурентоспроможною і ефективно вести свою діяльність. Стратегічний аналіз дозволяє систематизувати отриману інформацію про позицію організації на ринку, її основних конкурентів, стан партнерів і постачальників і т.д., і на основі результатів аналізу виробити довгостроковий план розвитку організації.

Список використаних джерел:

1. Уткін Е. А. Професія – менеджер/Е.А.Уткін. - Економіка, 1992.- 122 с.
2. Витку Н.А. Організація управління та індустріальний розвиток Н.А.Витку. - М., 1924. - 54с.
3. Бурдянській І. М. Наукова організація праці/ І.М. Бурдянський. - Л., 1925. - 110 с.
4. Дизель Пол М., Мак-Кінлі Вільям Р. Поведінка людини в організації. - М., 1993. с.50.
5. Кравченко А. І. Історія менеджменту: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів/ А.І. Кравченко. - М.: Академічний Проект, 2002. .103с.

Науковий керівник: Агєєва І. В., к.е.н., доцент