

Дегтярева Ю. В.
*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры экономики предприятия
Донбасской государственной машиностроительной академии*

Degtyareva Yu. V.
*Candidate of Economic Sciences, Docent,
Docent of Economics Enterprise Department
Donbas State Engineering Academy*

КОМПОНЕНТЫ ВНЕШНЕГО И ВНУТРЕННЕГО ОКРУЖЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА

COMPONENTS OF THE EXTERNAL AND INTERNAL ENVIRONMENT OF THE INVESTMENT PROJECT

Аннотация. В статье рассмотрены срезы внутреннего и внешнего окружения предприятия, проведена идентификация основных компонент, входящих в состав каждого из этих компонент. Выделена интеллектуальная составляющая человеческого капитала в качестве основной компоненты, трансформирующей влияние риск-факторов в управленческие решения, способные не только подстраивать внутреннюю систему под изменения, приходящие извне, но и менять посредством ответной реакции внешнюю систему предприятия.

Ключевые слова: инвестиционный проект, внутренняя среда, внешняя среда, динамичность среды, факторы прямого воздействия, факторы косвенного воздействия, стейкхолдеры.

Вступление и постановка проблемы. Современная экономическая среда с каждым годом становится более насыщенной риск-факторами, и предприятия должны учитывать существующие и вновь возникающие риск-факторы в своей производственной деятельности с целью не только выживаемости, но и эффективного функционирования в сложившихся условиях. Правильная идентификация риск-факторов, оказывающих влияние на деятельность предприятия и на которые само предприятие оказывает воздействие, позволит своевременно принимать качественные управленческие решения.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросы основных составляющих внешнего и внутреннего окружения организации, их влияния на инвестиционные проекты затрагивались в трудах украинских и зарубежных ученых, таких как Й. Завадский, С. Гаркавенко, А. Семенов, В. Набоков, А. Наумов, О. Виханский, С. Фролов, Р. Фатхутдинов, Р. Дафт, М. Мескон, Ф. Котлер, Р. Фримен и другие.

Выделение нерешенных ранее частей общей проблемы. Руководителям организаций, реализующим инвестиционные проекты, необходимо учитывать действия существенных факторов во внешнем и внутреннем окружении, способных влиять на организацию, подбирать методы и способы реагирования на эти воздействия.

Цель статьи – систематизировать компоненты внутреннего и внешнего окружения, которые являются не только потенциальными носителями угроз, а также могут открыть дополнительные возможности как для инвестиционного проекта, так и для самой организации.

Результаты исследования. Осуществление проекта происходит в динамической среде, которая оказывает на него определенное воздействие: экономическое, социальное, финансовое, организационное и другие. Каждое из таких воздействий в определенных условиях может оказаться критическим для проекта. В связи с этим окружающая среда проекта должна быть проанализирована

и выделены факторы окружения проекта, которые могут оказать существенное влияние на его реализацию.

Окружающая среда – это совокупность внешних и внутренних факторов, влияющих на достижение результатов проекта [1, с. 24].

Инвестиционный проект – последовательность действий, связанных с обоснованием объемов и порядка вложения средств, их реальным вложением, введением мощностей в действие, текущей оценкой целесообразности поддержания и продолжения проекта и итоговой оценкой результативности проекта по его завершении [2, с. 186].

Инвестиционный проект – это ограниченное по времени целенаправленное изменение отдельной системы с изначально четко определенными целями, достижение которых определяет завершение проекта, с установленными требованиями к срокам, результатам, риску, рамкам расходования средств и ресурсов и к организационной структуре [3, с. 59].

Внутренняя среда организации (микроокружение) – это та часть общей среды, которая находится в рамках организации. Она оказывает постоянное и непосредственное воздействие на функционирование организации, задает условия ее работы и является регулируемой и контролируемой посредством качественных управленческих решений. Внутренняя среда имеет несколько срезов, каждый из которых включает набор ключевых процессов и элементов организации. Эти процессы и элементы в совокупности определяют тот потенциал и те возможности, которыми располагает организация.

1. Организационный срез включает:
 - систему внутрифирменных коммуникационных процессов;
 - организационные структуры;
 - систему управления и уровень менеджмента;
 - распределение прав и ответственности; организационную культуру и тому подобное.
2. В производственно-технический срез входят:

- производство продукции;
- обеспеченность сырьем и материалами; т
- ехнологический парк и его обслуживание;
- система контроля качества;
- осуществление исследований и разработок;
- экологичность процессов производства;
- материалоемкость, ресурсо- и энергоэффективность.

3. Кадровый срез охватывает:

- квалификационный и количественный состав работников;
- текучесть кадров;
- оценку результатов труда и стимулирование;
- обучение и продвижение кадров;
- создание и поддержание вертикальных и горизонтальных отношений;

– корпоративную культуру.

4. Информационный срез включает:

- базы знаний, модели, алгоритмы;
- программное обеспечение;
- статистическую, научно-техническую, обзорно-аналитическую информацию.

5. Маркетинговый срез охватывает все те процессы, которые связаны с реализацией продукции:

- доля рынка и конкурентоспособность;
- продуктовая стратегия;
- стратегия ценообразования;
- стратегия продвижения продукта на рынке;
- выбор рынков сбыта и систем распределения;
- предпродажное и послепродажное обслуживание клиентов и тому подобное.

6. Финансовый срез включает процессы, связанные с обеспечением эффективного использования и движения денежных средств в организации [4, с. 196; 5].

В перечисленных блоках (срезах) внутренней среды организации немаловажную роль играет интеллектуальная составляющая человеческого капитала, от которой зависит эффективное функционирование предприятия в целом. Во внутренней среде организации проекты можно рассматривать как социально-экономический механизм, который является посредником между ресурсами и потребителями продукции.

На уровень элементов внутренней среды предприятия влияет прежде всего внешняя среда (макроокружение). Она является источником, питающим предприятие ресурсами (сырьевыми, информационными, технологическими, человеческими и другими ресурсами).

Внешняя среда предприятия – это совокупность экономических, политических, правовых, научных и технических, коммуникационных, природно-географических и других условий и факторов, которые находятся вне организации и оказывают прямое или косвенное воздействие на деятельность предпринимательского предприятия. При изучении внешнего окружения необходимо учитывать следующие факторы:

1. Взаимосвязанность факторов – представляет собой систему связей как внутри внешней среды, так и с внешней средой. Изменения в одной из компонент внешнего окружения обязательно приводят к тому, что происходят изменения в других компонентах внешнего и внутреннего окружения. Поэтому изучение и анализ должны вестись не по отдельности, а системно с отслеживанием не только собственно изменений в отдельной компоненте, но и с анализом того, как эти изменения скажутся на других компонентах макро- и микроокружения. Для нормального функционирования организация должна создавать, развивать и обеспечивать систему коммуникаций с внешней средой. При этом важно учитывать все виды связей с

внешним окружением: властные связи, информационные, контролирующие, культурные и так далее.

2. Сложность внешней среды – представляет собой показатель, характеризующий количество структурных единиц внешнего окружения и связей между ними, на которые организация должна реагировать или учитывать их влияние в своей деятельности.

3. Приоритетность структурных единиц и наиболее важных связей во внешней среде. Ранжируя окружающие организацию другие организации, социальные движения, государственные учреждения, социальные институты и отдельных влиятельных лиц, руководство организации сможет ориентироваться в постоянно изменяющихся ситуациях, возникающих во внешнем окружении, находить оптимальные пути достижения организационных целей.

4. Подвижность среды – скорость, с которой происходят изменения в окружении организации. Окружение современных организаций изменяется с нарастающей скоростью. Подвижность внешнего окружения может быть выше для одних подразделений организации и ниже для других. В высокоподвижной среде организация или подразделение должны опираться на более разнообразную информацию, чтобы принимать эффективные решения.

5. Неопределенность внешней среды – соотношение между количеством информации о среде, которой располагает организация, и уверенностью в точности этой информации. Чем неопределеннее внешнее окружение, тем труднее принимать эффективные решения [4; 6; 7].

Внешняя среда подразделяется на два блока факторов:

1. Факторы прямого воздействия – это явления, процессы и институты среды, которые непосредственно влияют на деятельность организации. К факторам прямого воздействия относятся:

- поставщики ресурсов – хозяйствующие субъекты (юридические или физические лица), обеспечивающие эффективность организации путем бесперебойной и своевременной доставки ресурсов (материальных, энергетических, финансовых, информационных, человеческих и др.). Данная часть внешнего окружения требует постоянно изменяемой особой политики [6]. Поставщики могут существенным образом воздействовать на деятельность организации, изменяя объемы поставок и цены на ресурсы, создавая ресурсную зависимость;

- клиенты – хозяйствующие субъекты (юридические или физические лица), испытывающие спрос на продукцию (работы, услуги), предлагаемые конкретной организацией. Воздействие клиентов на деятельность организации может проявляться в разных формах: в виде требований к качеству товара и формам оплаты или в предпочтении к конкретным видам товара и торговым маркам. Спрос в значительной степени определяет ценообразование и производственную политику организации.

Выделяют пять типов клиентурных рынков:

1. Потребительский рынок – отдельные лица и домохозяйства, приобретающие товары и услуги для личного потребления.

2. Рынок производителей – организации, приобретающие товары и услуги для использования их в процессе производства.

3. Рынок посредников – организации, приобретающие товары и услуги для последующей перепродажи их с прибылью для себя.

4. Рынок государственных учреждений – государственные организации, приобретающие товары и услуги либо для последующего их использования в сфере коммунальных услуг, либо для передачи этих товаров и услуг тем, кто в них нуждается.

5. Международный рынок – покупатели за рубежами страны, включая зарубежных потребителей, производителей, посредников и государственные учреждения [8, с. 108–109]:

К посредникам относятся:

– торговые посредники (оптовые и розничные торговцы) – фирмы, помогающие организации подыскивать клиентов и/или продавать его товары [8, с. 107].

– логистические посредники – занимаются услугами в системе складирования, транспортировки товаров и потокодвижения.

– маркетинговые посредники – оказывают помощь в системе взаимодействия фирмы со всеми субъектами маркетинговой системы в сфере организации маркетинговых исследований и оптимизации спроса на товары и услуги.

– финансовые посредники – осуществляют банковские, кредитные, страховые и другие финансовые услуги [10, с. 33].

– информационные посредники – осуществляют передачу материала в информационно-телекоммуникационной сети, в том числе в сети Интернет, предоставляют возможность размещения материала или информации, необходимой для его получения с использованием информационно-телекоммуникационной сети, а также предоставляют возможность доступа к материалу в этой сети [11, с. 49].

Факторы косвенного воздействия – это явления, процессы и институты среды, которые могут не оказывать прямого немедленного воздействия на организацию, но сказываются на ее функционировании. К ним относят:

– политико-правовые: основные направления государственной политики и методы ее реализации; возможные

изменения в законодательной и нормативно-технической базе; деятельность и полномочия местных органов власти;

– международные: глобализация мировой экономики; международные соглашения, заключаемые правительством в области тарифов и торговли; международная финансовая система; международный платежный баланс;

– демографические – численность и темпы роста населения; территориальное размещение; миграционные потоки и тенденции; возрастная структура; динамика рождаемости и смертности;

– экономические: темпы инфляции; состояние финансовой системы; уровень занятости трудовых ресурсов; процентные и налоговые ставки; величина и динамика ВВП; производительность труда; покупательная способность населения;

– социокультурные: отношение населения к работе и качеству жизни; традиции и культурные ценности населения; менталитет общества; уровень образования;

– научно-технические: возможности, связанные с развитием науки и техники, которые позволяют оперативно перестроиться на производство и реализацию технологически перспективного продукта, спрогнозировать момент отказа от используемой технологии [12].

– природно-экологические: наличие и перспективы использования источников сырья и энергетических ресурсов; наличие возобновляемых источников энергии; степень использования вторичных ресурсов; климатические условия; состояние окружающей среды.

К факторам внутреннего и внешнего окружения проекта необходимо отнести неучтенных выше стейкхолдеров – юридические или физические лица, проявляющие



Рис. 1. Основные компоненты внешней и внутренней среды предприятия

реальный или потенциальный интерес к организации и оказывающие влияние на способность организации достигать поставленных целей или испытывающие на себе влияние ее действий [13; 8, с. 111]. К ним относятся:

- сотрудники компании;
- акционеры и совет директоров;
- инвесторы;
- действующий на предприятии профсоюз;
- бизнес-партнеры;
- банки;
- юридические компании;
- аналитические центры;
- консультационные фирмы;
- рекламные агентства;
- учебные центры;
- PR-агентства;
- некоммерческие организации, в том числе общественные и благотворительные;
- местные органы власти;
- налоговые органы;
- средства массовой информации.

Исходя из вышеизложенного, на рис. 1 представим срезы внешнего и внутреннего окружения предприятия, которые будут включать множество взаимовлияющих друг на друга компонентов.

Все уровни внешней среды связаны между собой системой формальных и неформальных коммуникаций: постоянных, с помощью которых осуществляется бесперебойный обмен ресурсами между организацией и внешней средой, и спорадических кратковременных [6].

Выводы. Многие компоненты внешнего и внутреннего окружения предприятия могут оказывать значительное воздействие на реализацию инвестиционных проектов, в свою очередь и инвестиционные проекты могут оказывать воздействие на данное окружение. Такие взаимозависимости могут сказываться на эффективности функционирования самого предприятия. В целях принятия качественных управленческих решений основной задачей руководства является не только выявление и анализ всех составляющих макро- и микроокружения, но и прогноз динамики окружения инвестиционного проекта.

Список использованных источников:

1. Ивасенко А. Инвестиции: источники и методы финансирования / А. Ивасенко, Я. Никонова. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Омега-Л, 2009. – 261 с.
2. Ковалев В. Инвестиции: [учебник] / В. Ковалев, В. Иванов, В. Лялин. – М.: ООО «ТК Велби», 2003. – 440 с.
3. Туккель И. Управление инновационными проектами: [учебник] / И. Туккель, А. Сурина, Н. Кульгин. – СПб.: БХВ-Петербург, 2011. – 416 с.
4. Виханский О. Менеджмент: [учебник] / О. Виханский, А. Наумов. – 3-е изд. – М.: Экономистъ, 2003. – 528 с.
5. Блохина Т. Экономика и управление инновационной организацией: [учебник для бакалавров и магистров] / Т. Блохина, О. Быкова, Т. Ермолаева. – М.: Проспект, 2013. – 427 с.
6. Фролов С. Социология организаций: [учебник] / С. Фролов. – М.: Гардарики, 2001. – 304 с.
7. Шапиро С. Мотивация и стимулирование персонала / С. Шапиро. – М.: ГроссМедиа, 2005. – 224 с.
8. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс / Ф. Котлер; пер. с англ. – М.: Вильямс, 2007. – 656 с.
9. Основы менеджмент а: [учеб. пособие] / под ред. И. Солдатовой, М. Чернышева. – М.: Дашков и К^о; Ростов-на-Дону: Наука-Пресс, 2006. – 256 с.
10. Багиев Г. Маркетинг: [учебник для вузов] / Г. Багиев, В. Тарасевич. – 3-е изд. – СПб.: Питер, 2010. – 576 с.
11. Иванов А. Ответственность информационного посредника за нарушение интеллектуальных прав в информационно-телекоммуникационной сети / А. Иванов // Правовое регулирование в современной России. – 2015. – № 2 (47). – С. 48–53.
12. Головков А. Теория внутренней и внешней среды в управлении процессами интеграции бизнеса / А. Головков // Российское предпринимательство. – 2011. – № 12 (198). – С. 46–51.
13. Freeman E. Strategic management: a stakeholder approach / E. Freeman. – Cambridge: Cambridge University Press, 2010. – 292 p.

Анотація. У статті розглянуто зрізи внутрішнього й зовнішнього оточення підприємства, проведено ідентифікацію основних компонентів, що входять до складу кожного з цих компонент. Виділено інтелектуальний елемент людського капіталу як основний складник, який трансформує вплив ризик-факторів в управлінські рішення, здатні не тільки підлаштувати внутрішню систему під зміни, які приходять ззовні, а й змінювати за допомогою відповідної реакції зовнішню систему підприємства.

Ключові слова: інвестиційний проект, внутрішнє середовище, зовнішнє середовище, динамічність середовища, фактори прямого впливу, фактори непрямого впливу, стейкхолдери.

Summary. In the article are described the slices of internal and external environment of the enterprise, carried out identification of the major components that included in each slice and detected interaction of these components. Are highlighted intellectual component of human capital as the main component, the transforming influence of risk-factors in management decisions that can not only adjust the internal system under the changes coming from the outside, but also to change the response of the external systems enterprise.

Key words: investment project, internal environment, external environment, dynamic environment, factors of direct impact, factors of indirect impact, stakeholders.