

Павленко К.С.

Студент магистратуры

2 курс, факультет «Менеджмент»

ФГАОУ ВО «Самарский национальный

исследовательский университет имени

академика С.П. Королева»

Россия, г. Самара

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ВНУТРЕННЕЙ

СРЕДЫ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация: для эффективного стратегического планирования необходимо обладать данными анализа внешней и внутренней среды организации. В ходе работы рассмотрены основные элементы внутренней среды, цели и методы анализа внутренней среды.

Ключевые слова: стратегический анализ, внутренняя среда организации, стратегическое планирование, элементы внутренней среды организации

Pavlenko K.S.

Master's student

2 course, faculty of Management

Samara State National Research University

Academician Korolev

Russia, Samara

STRATEGIC ANALYSIS OF THE INTERNAL ENVIRONMENT

OF THE ORGANIZATOIN

Annotation: For effective strategic planning, you must have the data to analyze the external and internal environment of the organization. In the course of the work, the basic elements of the internal environment, the goals and methods of analyzing the internal environment are considered.

Key words: strategic analysis, internal environment of the organization, strategic planning, elements of the internal environment of the organization.

В современных экономических, политических, социальных условиях организации должны иметь гибкую стратегию долгосрочного выживания, которая позволяла бы быстро реагировать в изменяющейся среде.

Чтобы стратегическое планирование и реализация стратегий имели успех, мало обладать данными о внешней среде организации. Внутренняя среда оказывает непосредственное воздействие на производство и реализацию продукции и лучше поддается контролю со стороны руководства. Поэтому анализ внутренней среды должен проводиться наравне с анализом внешней среды и должен быть направлен на определение возможностей, потенциала, а также выявление сильных и слабых сторон организации по сравнению с конкурентами на рынке.

Внутренняя среда организации оказывает постоянное и непосредственное воздействие на функционирование и развитие организации. Основными элементами внутренней среды являются:

- цели организации,

Цель организации – это желаемый конечный результат деятельности. Обычно организации ставят перед собой несколько целей, которые подразделяются на краткосрочные и долгосрочные, они могут касаться решения экономических, технических, социальных задач.

- структура организации,

Структура организации - это совокупность элементов и взаимосвязей между ними, что позволяет эффективно преобразовывать входные ресурсы в заключительный продукт и достигать поставленных целей. Структура организации во многом зависит от того, на какой технологии базируется процесс преобразования ресурсов в готовую продукцию.

Структура рассматривает иерархическую систему кадров. Изучается: коммуникации и их эффективность, уровень бюрократизации организации,

нормы, правила, процедуры коммуникации, распределение прав и мер ответственности работников, этика поведения.

- применяемые технологии,

Технология – это способ преобразования входных элементов в выходные.

Основной особенностью технологии в современном мире является ее изменчивость. Для большинства организаций технология является основным фактором, обуславливающим ее конкурентные преимущества.

- процессы,

Процессы – это совокупность взаимосвязанных видов деятельности, преобразующих входы в выходы. Процесс также можно определить как совокупность выполняемых операций в единицу времени в пространстве.

- финансы,

Анализ финансов включает в себя изучение тех процессов, которые обеспечивают ликвидность организации, ее инвестиционные возможности, поддержание прибыльности. Позволяет выявить неиспользованные финансовые резервы, рассмотреть возможность получения кредитов, возможность применения новых финансовых стратегий, наличие инвесторов и акционеров, налоги.

- маркетинг,

Анализ маркетинга включает анализ методов реализации продукта, стратегий позиционирования на рынке, ценообразования, продвижения, рынки сбыта. Изучаются: доля рынка и конкурентоспособность продукта, ассортимент и качество продукта, рыночная потребительская статистика, эффективность рекламы и сбытовой политики, возможность расширения ассортимента, имидж организации и репутация продуктов, сезонные колебания спроса и их влияние на покупку продукта.

- кадровый состав, его квалификация, потенциал

Основным стержнем внутренней среды организации являются человеческие ресурсы (кадровый состав). Люди, которые работают в организациях, ведут себя в обществе и на работе по-разному в зависимости от сложного

сочетания индивидуальных черт, которые в своей совокупности могут формировать потенциально активного работника, способного выполнять работу с высокой производительностью и результативностью, не гарантирует его активного поведения в определенном организационном окружении, которое не поощряет инициативу и предприимчивость.

Каждый из элементов анализа связан с остальными, последовательность анализа может быть любой. Анализ должен охватывать все элементы внутренней среды для того, чтобы получить наиболее полную картину функционирования организации и ее положения на рынке.

Цель анализа внутренней среды организации:

- определить ресурсы, общие и стержневые компетенции,
- оценить, насколько эффективно организованы процессы в организации,
- установить слабые стороны деятельности организации,
- оценить качество продуктов (услуг),
- проанализировать финансовую деятельность и инвестиционный потенциал организации,
- произвести оценку обоснованности и приемлемости будущих стратегий,
- оценить корпоративную культуру.

К методам анализа внутренней среды относят: анализ издержек, анализ цепочки ценностей, анализ бизнес-процессов, SWOT-анализ, матрица БКГ (Бостонской Консультационной Группы), матрица Мак-Кинзи, модель PIMS (анализ влияния стратегии на размер прибыли) и др.

Анализ внутренней среды представляет собой сложный процесс, требующий внимательного отслеживания происходящих в среде процессов, оценки факторов и установления связи между факторами и теми сильными и слабыми сторонами организации, а также возможностями и угрозами, которые заключены во внешней среде.

После проведения всех аспектов анализа создается сводный документ с имеющимися данными и подводятся итоги. На их основании высшее

руководство организации выделяет сильные и слабые стороны и, опираясь на них, разрабатывает стратегию поведения организации на рынке.

Использованные источники:

1. Бланк, И.А. Основы инвестиционного менеджмента [Текст]/ И.А. Бланк. - СПб.: Ника-Центр, 2017. – 265 с.
2. Котлер, Ф. Маркетинг. Менеджмент. Анализ, планирование, внедрение, контроль. Изд. СПб: Питер Ком, 1998. – 896 с.
3. Основы менеджмента. Чернышев М.А., Коротков Э.М., Солдатова И.Ю., проф. И.Ю. Солдатовой, Чернышева М.А., Под ред. проф. И.Ю. Солдатовой, Чернышева М.А. Изд.: ИТК «Дашков и К», Наука/Интерпериодика МАИК, Наука-Пресс, 2006
4. Производственный менеджмент [Текст]: учебник для вузов / С.Д. Ильинкова, А.В. Бандурин, Г.Я. Горбовцев и др. Под ред. С.Д. Ильинковой. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 583 с.
5. Турманидзе, Т.У. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятий [Текст]: учебник/ Т.У. Турманидзе. - М.: Экономика, 2015. - 479 с.
6. Финансовый менеджмент [Текст]: учебник / под ред. Г.Б. Поляка. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – 456 с.
7. https://spravochnick.ru/menedzhment/strategiya_organizacii/analiz_vnutrenney_sredy/ (Дата обращения 17.06.2020 г.)