

ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ВНЕШНЕЙ СРЕДОЙ – ПУТЬ К УСПЕХУ КОМПАНИИ

А.А. Располина, студентка 3 курса ГИУСТ БГУ
Научный руководитель:
кандидат технических наук,
*доцент **Т.В. Борздова** (ГИУСТ БГУ)*

В настоящее время в динамично развивающемся мире бизнес не стоит на месте, а также развивается и меняется очень стремительно. Кроме того, существует множество событий, которые заранее предусмотреть невозможно, например, вкусы и предпочтения потребителей, их покупательскую способность, появление на рынке сильной компании-конкурента, повышение или снижение

налоговой ставки и многое другое. Все это прямо или косвенно влияет на организацию и даже может стать как препятствием для дальнейшего ее существования, так и открыть новые возможности для ее успешного развития. Иначе говоря, эффективное управление внешней средой обеспечивает своего рода безопасность, надежность и защиту для организации. Хороший руководитель должен понимать, что при принятии управленческих решений нужно всегда учитывать влияние внешней среды, причем независимо от этапа жизненного цикла организации; в противном случае в условиях жесткой конкуренции компания никогда не сможет «войти» в рынок, занять там стабильное положение и тем более укреплять свои позиции. Таким образом, грамотное управление внешней средой – одна из важнейших и основных обязанностей любого руководителя, а значит, приобретает статус одного из основных вопросов управленческой деятельности.

В общем виде внешнюю среду организации можно охарактеризовать как всю совокупность факторов, влияющих на деятельность организации и не зависящих от нее. Поскольку факторы внешней среды имеют различную силу влияния на организацию, их разделяют на прямые и косвенные факторы, а всю внешнюю среду на среду прямого и косвенного действия [1, с. 9].

Влияние различных факторов на организацию может проявляться в виде:

1) возможностей, использование которых может оказать положительное влияние на деятельность организации;

2) угроз, характеризующих такие факторы, которые при их реализации представляют опасность для организации [2, с. 54].

В условиях переходного периода учет влияния обеих групп факторов приобретает особое значение, так как со многими из них, и в первую очередь с новыми угрозами, руководители предприятий встречаются впервые. Для того чтобы своевременно предвидеть, учесть и структурировать эти факторы и впоследствии использовать наиболее благоприятные из них (возможности) и избежать негативные (угрозы), в мировой практике наиболее приемлемыми считаются такие виды анализа, как PEST-анализ, SWOT-анализ, SNW-анализ. Весь процесс оценки сильных и слабых сторон организации путем сравнения с конкурентами необходим для понимания того, на чем организация должна сконцентрировать свои усилия для достижения конкурентных преимуществ. Это постоянный поиск слабых сторон, которые нужно устранить, и сильных сторон, которые могут стать источником потенциальной уникальности организации [3, с. 82–83].

Исходя из вышесказанного, очевидно, что учитывать влияние внешней среды необходимо в лю-

бом бизнесе. Особое значение процесс управления внешней средой принимает в сфере услуг, в частности в сфере управления недвижимостью. На сегодняшний день только с помощью этого процесса можно добиться оказания высокопрофессиональных услуг, достижения уровня обслуживания, соответствующего ожиданиям и доверию потребителей, построения длительных взаимовыгодных отношений с ними и много другого. Возьмем, к примеру, конкретное предприятие – общество с ограниченной ответственностью (далее – ООО) «Твоя столица». Прежде всего, отметим, что к внешним социальным факторам компании можно отнести, например, покупательскую способность населения, предпочтения потребителей, наличие и деятельность предприятий-конкурентов, соотношение спроса и предложения на предлагаемые услуги и многое другое. Группа компаний «Твоя столица» со дня своего основания поддерживает в себе определенную степень гибкости, чтобы вовремя реагировать на любые изменения, адекватно изменять свою стратегию, цели и деятельность в целом. Для того чтобы дать оценку реальному положению группы компаний «Твоя столица» необходимо провести анализ. Например, в ходе PEST-анализа можно увидеть, что наиболее важными, положительными для развития компании являются социально-культурные факторы, из которых необходимо уделять постоянное внимание и более всего опасаться модели поведения покупателей, так как она очень переменчива и довольно непредсказуема. А репутация компании, ее сложившийся имидж, реклама и связи с общественностью соответственно позволяют привлечь как можно больше новых клиентов и позволяют компании становиться еще более успешной. Политические факторы, в свою очередь, препятствуют эффективному функционированию организации. В частности ужесточение госконтроля за деятельностью бизнес-субъектов и штрафные санкции естественно отрицательно скажутся на деятельности компании, а государственное регулирование конкуренции и торговая политика, наоборот, обеспечивают, более менее, благоприятное ее развитие.

Таким образом, с помощью анализа внешней среды, руководитель сможет составить верную стратегию деятельности компании, где ее сильные стороны обеспечат новые возможности, а слабые стороны будут минимизированы либо ликвидированы вовсе. Все это, в конечном счете, приведет компанию к хорошей экономической устойчивости, обеспечит доверие потребителей, а также вполне возможно предоставит новые перспективы для расширения услуг. Нужно сказать, что уже сейчас все вышесказанное нашло отражение в реальном положении ООО «Твоя столица». В целом его деятельность можно охарактеризовать как хорошо

организованную и эффективную. Можно говорить и о хорошей экономической устойчивости, стойкой организационной структуре данного предприятия и о хорошем положении данной организации даже среди таких конкурентов, как закрытое акционерное общество «Универсальные юридические услуги», ООО «Динас», ООО «Центр торговли недвижимостью Пакодан», ООО «Агентство недвижимости «Академическое», ООО «РиэлтХаус» и других. Агентство недвижимости «Твоя столица» занимает практически все ниши на рынке оказания услуг в сфере недвижимости. Оно пользуется доверием у потребителей, имеет перспективы развития международного партнерства, привлечения иностранных инвесторов и в целом расширения услуг и круга клиентов. Данная компания является положительным примером эффективного управления внешней средой и уже нашла свой путь к успеху.

Литература

1. *Курочкин, А.С.* Операционный менеджмент : учеб. пособие / А.С. Курочкин. – Киев : МАУП, 2000. – 144 с.
2. *Бурганова, Л.А.* Теория управления Элтона Мэйо / Л.А. Бурганова, Е.Г. Савкина. – Казань : изд-во Казанского гос. технол. ун-та, 2007. – 160 с.
3. *Брасс, А.А.* Основы теории организации : учеб. пособие / А.А. Брасс. – Минск : Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2002. – 118 с.