

М. С. Ченцов

*Институт управления и территориального развития,
Высшая школа бизнеса и предпринимательства БФУ им. И. Канта,
Калининград, Россия*

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ И ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В данной статье представлены результаты исследования внешней и внутренней среды промышленного предприятия. Объектом исследования выступает АО «Калининградский янтарный комбинат». Проведен PEST-анализ и SWOT-анализ. На основании проведенного анализа сформулированы предложения. Реализация данных рекомендаций позволит Калининградскому янтарному комбинату повысить свою эффективность, укрепить свои позиции на рынке, улучшить качество своей продукции, повысить производительность труда, расширить рынки сбыта и улучшить имидж бренда.

Ключевые слова: *внешняя среда, внутренняя среда, янтарный комбинат, стратегический анализ, промышленное предприятие, стратегия, бизнес*

В настоящее время, успешное функционирование любого промышленного предприятия напрямую зависит от того, насколько оно умеет адаптироваться к изменяющимся условиям внешней среды. В данном контексте, понимание того, какие могут быть угрозы и какие возможности открываются внешней средой, является необходимым условием для того, чтобы организация могла выживать и процветать в текущих экономических реалиях.

Традиционные и современные подходы анализа элементов внешней и внутренней среды компании относятся к инструментам стратегического анализа, используемых организациями различной форм собственности и размеров. Традиционный подход к изучению элементов внешней и внутренней среды предприятия включает структурированный и формальный анализ различных факторов, опирающийся на данные и количественный анализ. Данный подход обращается к следующим инструментам: анализ SWOT, анализ PEST и другие [1, 3].

К изучению данной проблемы обращались различные ученые. Классический труд Сунь Дзи, написанный примерно в 500 году до н.э. «Искусство войны» принято считать первым трактатом о стратегии [2]. Общепринято датировать начало научных исследований стратегий фирм 1960 г., когда увидели свет три книги основоположников этого раздела теории менеджмента: трактат А. Чандлера «Стратегия и структура» (1962 г.), коллективный труд под руководством К. Эндрюса «Политика бизнеса» (1965 г.), фундаментальный труд И. Ансоффа «Корпоративная стратегия» [3].

Сегодня мировая научная литература по стратегическому менеджменту насчитывает тысячи публикаций. Рост их числа и качества был особенно убедителен в последние 45 лет, когда они обрели теоретическую зрелость и эмпирическую обоснованность. Среди российских авторов крупных теоретических и эмпирических работ в области стратегического управления фирмами выделяются С. Б. Авдашева, Г. Л. Азоев, А. В. Бухвалов, О. С. Виханский, А. П. Градов, Л. И. Евенко, В. С. Ефремов, А. Т. Зуб, Г. Б. Клейнер, С. П. Куш, Б. З. Мильнер, А.Н. Петров, С. А. Попов, В. В. Радаев, А. Р. Стерлин, В. Л. Тамбовцев, О. А. Третьяк, С. Р. Филонович, А. Ю. Юданов, А. А. Яковлев и др. [1].

В качестве объекта исследования выступает АО «Калининградский янтарный комбинат» [4]. Анализ и оценка влияния внутренней и внешней среды на результаты деятельности данного предприятия является важным инструментом стратегического управления компанией. Анализ внутренней среды АО «Калининградский янтарный комбинат» включает оценку текущих ресурсов и операций компании, а также управленческих практик, которые влияют на ее результаты. Это может включать в себя анализ финансовой отчетности, управления человеческими ресурсами, управления производственными процессами и т.д. В результате анализа можно выделить сильные и слабые стороны компании, что поможет сформировать стратегию для улучшения ее позиции на рынке.

Проведем PEST-анализ и охарактеризуем основные факторы внешней среды предприятия и их проявления. Такие политические факторы, как санкции и торговые ограничения, наложенные на Россию, могут оказать негативное влияние на экспорт янтарной продукции Калининградского

янтарного комбината. Изменение законодательства в области налогообложения и таможенного регулирования может повлиять на операционные затраты предприятия; регулирование добычи и эксплуатации природных ресурсов может оказать влияние на доступность и стоимость сырья для Калининградского янтарного комбината.

Приведем экономические факторы: курс рубля может влиять на цены на экспортируемую продукцию Калининградского янтарного комбината; изменения мировых цен на сырье и другие ресурсы могут повлиять на стоимость производства и цены на продукцию; конкуренция на мировом рынке янтарной продукции может повлиять на объемы продаж и цены.

Отразим социальные факторы: смена моды и вкусов потребителей может влиять на спрос на продукцию Калининградского янтарного комбината; тенденции в области экологии и устойчивости могут повлиять на отношение потребителей к продукции, изготовленной из природных ресурсов; социально-экономические изменения, такие как изменение доходов и уровня жизни, могут влиять на покупательную способность потребителей.

Технологические факторы: новые технологии и инновации могут повлиять на методы добычи, обработки и производства янтарной продукции Калининградского янтарного комбината; кибербезопасность и защита данных могут стать важными аспектами в связи с использованием цифровых технологий в бизнесе; изменение требований к безопасности и качеству продукции может повлиять на необходимость внедрения новых технологий и обновления оборудования; возможность использования автоматизированных систем управления и производства может повысить эффективность работы предприятия и снизить затраты на персонал.

На основе проведенного анализа можно выделить следующие внешние возможности для развития Калининградского янтарного комбината с максимально положительным влиянием:

1. Регулирование добычи и эксплуатации природных ресурсов. В рамках процессов регулирования добычи и эксплуатации природных ресурсов компания может установить партнерские отношения с другими компаниями в сфере ювелирного производства, чтобы совместно разрабатывать и производить новые продукты, повышать эффективность производства и расширять сферу продаж. В дальнейшем это позволит создать на базе комбината янтарный промышленный кластер, будет способствовать развитию и становлению в России полноценной янтарной отрасли за счёт создания в сфере влияния комбината различных стартапов, мелких и средних предприятий, народно-прикладного творчества, туризма и музейного дела.

2. Курс рубля. Стабильный курс рубля, а также уникальность янтаря и известность бренда комбината позволяют освоить новые рынки сбыта, как в России, так и за её пределами. Например, возможно активнее развивать продажи через интернет-магазины и экспортировать продукцию в другие страны. Уникальность янтаря и наличие собственных месторождений дают возможность создавать эксклюзивные продукты, которые могут привлечь большой интерес со стороны покупателей. В условиях благоприятной экономической ситуации комбинат может продолжить разведку и добычу янтаря на своих месторождениях, чтобы увеличить объёмы производства и снизить затраты на закупку сырья, в том числе и за счет новых технологий.

3. Новые технологии и инновации. Компания может укрепить свою маркетинговую стратегию, путём более глубокого изучения потребностей рынка и целевой аудитории. Она может также улучшить свой брендинг и продвижение на рынке и таким образом обеспечить статус монопольного производителя янтарного сырья, а также создать возможности для устойчивого долговременного развития Комбината. Калининградский янтарный комбинат может развивать новые продукты и услуги, которые могут увеличить его диверсификацию. Например, компания может расширить свой ассортимент украшений на основе других драгоценных камней, таких как бриллианты, изумруды и т.д.

Далее выделим следующие угрозы для Калининградского янтарного комбината:

1. Смена моды и вкусов потребителей. Изменение вкусов и предпочтений покупателей может привести к снижению спроса на традиционные виды янтарной продукции. Например, в связи с экономическим кризисом или изменением модных тенденций, спрос на янтарь и ювелирные изделия может снижаться.

2. Изменения мировых цен на сырье и другие ресурсы. Неустойчивость экономической ситуации может привести к снижению спроса на роскошные товары, включая янтарную продукцию. Предприятие может столкнуться с внешними экономическими факторами, такими как колебания курса валют, изменение тарифов на транспортировку, рост цен на сырье и т. д.

3. Санкции и торговые ограничения. Калининградский янтарный комбинат находится в России, и поэтому может столкнуться с политическими рисками, такими как введение новых таможенных пошлин, экономических санкций и т.д.

Далее проанализируем текущую ситуацию в рамках SWOT-анализа АО «Калининградский янтарный комбинат». Рассмотрим сильные стороны Калининградского янтарного комбината:

1. Уникальность продукции и известность бренда. Янтарь является уникальным природным материалом, который не имеет аналогов в мире. Комбинат является крупнейшим производителем янтарной продукции в России и имеет большой опыт работы в этой сфере. Калининградский янтарный комбинат имеет давние традиции производства янтарной продукции и широко известен в России и за ее пределами.

2. Наличие собственного сырья. Комбинат имеет собственные янтарные месторождения, что позволяет контролировать качество сырья и гарантировать постоянный доступ к нему.

3. Высокое качество продукции. Комбинат обладает современным оборудованием и технологиями, которые позволяют производить янтарную продукцию высокого качества.

4. Разнообразие ассортимента. Комбинат предлагает широкий ассортимент янтарной продукции – от украшений до сувениров и предметов интерьера.

Все эти факторы являются сильными сторонами Калининградского янтарного комбината и позволяют ему успешно конкурировать на рынке янтарной продукции. Далее перечислим слабые стороны комбината: зависимость от одного вида продукции – янтаря; недостаточная модернизация производства; недостаточное развитие и диверсификация деятельности по переработке добываемого янтаря.

На основании проведенного выше анализа сформируем предложения (рекомендации) по учету результатов анализа внутренней и внешней среды в управлении АО «Калининградский янтарный комбинат», которые обеспечат достижение целей организации в долгосрочной и краткосрочной перспективе: обеспечить статус монопольного производителя янтарного сырья; создать на базе комбината янтарный промышленный кластер; обеспечить стабильный уровень добычи янтаря высокого качества по классификатору, гармонизированному с международной практикой торговли янтарём; используя репутацию, географическое положение, за счет накопленного опыта поддерживать конкурентоспособность в условиях негативных экономических и политических факторов; провести рекламную кампанию для информирования потребителей о новой политике компании; повысить эффективность и капитализацию комбината за счет модернизации производства и глобализации деятельности; за счет расширения рынка сбыта произвести замену и обновление оборудования, внедрять новые прогрессивные технологии и инновации с учетом обеспечения кибербезопасности и защиты данных, а также требований модных тенденций.

На основе проведенного исследования внутренней и внешней среды Калининградского янтарного комбината можно сделать следующие рекомендации с целью минимизации угроз и использования возможностей:

1. Следить за изменениями в законодательстве и регулировании добычи и эксплуатации природных ресурсов, а также таможенных процедурах и налоговых ставках. Это поможет Калининградскому янтарному комбинату своевременно принимать меры и адаптироваться к изменениям во внешней среде.

2. Разрабатывать стратегии на основе современных технологий и инноваций, учитывая возможности автоматизации производственных процессов и использования цифровых технологий для повышения эффективности работы.

3. Следить за социальными тенденциями и изменениями в потребительском поведении, чтобы адаптировать свою продукцию к изменяющимся вкусам и потребностям потребителей.

4. Инвестировать в маркетинг и продвижение продукции, чтобы укрепить позиции на мировом рынке и привлечь новых потребителей.

5. Обеспечивать высокое качество продукции и строго соблюдать требования к безопасности, чтобы удовлетворять потребности потребителей и сохранять репутацию предприятия.

6. Разрабатывать планы диверсификации продукции и расширения рынков сбыта, чтобы снизить риски, связанные с изменениями во внешней среде.

7. Разрабатывать стратегии устойчивого развития, учитывая требования экологической безопасности и ответственного использования природных ресурсов. Реализация данных рекомендаций

позволит Калининградскому янтарному комбинату повысить свою эффективность, укрепить свои позиции на рынке, улучшить качество своей продукции, повысить производительность труда, расширить рынки сбыта и улучшить имидж бренда.

Подводя итоги, заметим тот факт, что анализ внутренней и внешней среды предприятия является важным инструментом для определения стратегических направлений развития и обеспечения долгосрочной стабильности и успеха бизнеса.

Список использованных источников

1. *Попов, С. А.* Стратегический менеджмент: актуальный курс: учебник для вузов / С. А. Попов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2023. – 481 с.
2. *Парахина, В. Н.* Стратегический менеджмент (для бакалавров) / В. Н. Парахина, А. С. Максименко, С. В. Панасенко. – М. : КноРус, 2017. – 416 с.
3. *Зуб, А. Т.* Стратегический менеджмент: Учебник и практикум / А. Т. Зуб. – Люберцы : Юрайт, 2015. – 375 с.
4. Социальный отчет о деятельности предприятия АО «Калининградский янтарный комбинат», 2022 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.ambercombine.ru/images/news/soc_otchet/pdf/Itoqi_2022_-_yantarni_combinat.pdf. – Дата доступа: 15.10.2023.