

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ СТАТУС ОРГАНИЗАЦИИ КАК ФАКТОР ЕЁ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Куликова Виктория Викторовна, к.г.н., доцент ДВФУ, доцент кафедры Экологии и БЖД, профессор РАЕ

Аннотация

Проведена оценка стратегического статуса организации методами PEST-анализ и SWOT-анализ, которые позволяют принимать необходимые решения с целью управления конкурентоспособностью организации и оказываемых им услуг.

Среди существующих разнообразных методов исследования стратегического статуса для выявления конкурентоспособности существуют методы по анализу внешней и внутренней среды – это PEST-анализ и SWOT-анализ. Анализ внешней среды целесообразно начать с рассмотрения факторов косвенного воздействия – политических, экономических, социальных и технологических факторов, т.е. с PEST- анализа.

Различные события на политической арене могут сказываться в принятых решениях предприятия. Политическая среда складывается из правовых уложений, государственных учреждений и влиятельных групп общественности. Они могут оказывать влияние на деятельность компании, могут ограничить свободу их действий в рамках общества. К правовым уложениям можно отнести действующее законодательство в сфере предпринимательской деятельности. С точки зрения государственных учреждений стоит обратить внимание на действующее правительство РФ, курс президента, руководство страной и т.п. Вся политическая среда может влиять на деятельность предприятия, как в лучшую, так и в худшую сторону. Например, избрание президента страны может усугубить ситуацию из-за того, что политический курс президента может измениться, или же наоборот, улучшиться.

Влияние экономической среды для деятельности предприятия заключается в том, что существуют факторы, такие как инфляция, уровень покупательской способности, стоимость получения кредитов и т.д. Например, уровень инфляции зависит от ставки рефинансирования, уровень покупательской способности от текущих доходов населения, их сбережений и доступности кредитования. Рынок формируется уровнем доходности населения как средний и выше среднего. Это может соответствовать уровню развития любого малого предприятия.

При анализе социальной среды в деятельности компании можно отметить, что она отличается, прежде всего, культурными настроениями, взглядами, ценностями и нормами поведения. Принимая во внимание мировоззрение потенциальных клиентов, их особенности культурного уклада можно принимать эффективные маркетинговые решения, адаптируя их к той или иной социальной среде.

Технологическая среда оказывает наибольшее, из указанных выше, влияние на принятие решений в деятельности «ИЦ Консультант». Появление новой техники может существенно повлиять на внутренние разработки и основанные на «старой» технике принципы и стандарты работ. Любое научно - техническое нововведение может привести крупные долговременные последствия, которые не всегда удается предугадывать.

В целом, PEST - анализ ООО «ИЦ Консультант» показывает степень влияния основных внешних факторов на деятельность компании.

Политическая обстановка в стране только способствует развитию компании. Анализ экономического состояния показывает занятие ведущих позиций на рынке. Это в свою очередь происходит за счет внедренных технологий и их постоянного совершенствования. Условия социального взаимодействия компании осуществляется в соответствии с действующим законодательством, которое помогает развиваться предприятию.

Кроме анализа внешних косвенных переменных необходимо изучить влияние факторов прямого воздействия:

Законодательство. Правовая защищенность граждан и правовое регулирование, например, хозяйственной деятельности осуществляется путем применения, изданными правительственными ведомствами и иными нормотворческими органами, законов и подзаконных актов. В последние несколько лет законодательная база в стране крайне нестабильна и точно неизвестно, когда в некоторых отраслях законодательства, например, в законах о финансовом обращении, наступит порядок. В принципе, такое положение дел, способствует и, даже явилось причиной развития ЗАО Консультант плюс в частности и других конкурирующих фирм. С другой стороны эта нестабильность тормозит развитие экономики в целом и фирм-партнеров в частности.

Конкуренты. В случае рынка справочно-правовых систем (далее СПС) к ним можно отнести, в первую очередь несколько крупных фирм, занимающихся схожими разработками и предлагающие похожие программы. Таковыми являются Кодекс, Гарант, ЮСИС, Дело и право. Также у потребителя имеется на выбор огромное число печатных изданий, похожие программы как бесплатные приложения к журналам, и пиратские копии всех вышеупомянутых источников. Руководство ЗАО Консультант Плюс регулярно сообщает о новых разработках фирмы и призывает собрать все силы, понять всю важность и зависимость каждого в этой нелегкой борьбе за рынок с конкурентами. С другой стороны конкурирующие фирмы предпринимают ответные меры для удержания позиций на рынке.

На рынке бухгалтерских программ лидирующее положение занимают программы 1С, Турбо-Бухгалтер, Инфин и некоторые другие. Кроме того, на крупных предприятиях штатные программисты пишут индивидуальные бухгалтерские программы. На данный момент 1С бухгалтерию можно купить практически везде, но практически нигде нет сервисного обслуживания.

Программы, обучающие и игровые, всякого рода энциклопедии, насколько известно официально распространяет одна компания, хотя пиратские копии можно купить в десятках других мест. Конечно же, и здесь

могут быть предпочтения, к тому же у пиратов не такой большой выбор и ниже качество но, как правило, все они пользуются спросом.

Поставщики. На данный момент самым надежным партнером является ПКФ Базис - региональный дистрибьютор ЗАО Консультант плюс. Через Базис поступают организационные распоряжения от разработчика в Москве, рекомендации по управлению, различная организационная информация и новости. Иначе говоря, руководство Консультант Плюс поддерживает связь со своими региональными представителями и поддерживает корпоративный дух в них на всей территории России.

Потребители. Клиентами фирмы «ИЦ Консультант» являются лица, по некоторым соображениям не желающие пользоваться пиратскими копиями программ. Но при этом они должны иметь устойчивое финансовое положение или быть достаточно состоятельным, если говорить о физических лицах. В зависимости от предлагаемого продукта клиенты это коммерческие и некоммерческие организации, частные предприниматели и просто граждане.

Технология (материалы). Технология программных продуктов, как и компьютерной техники не стоит на месте. Это вынуждает пользователей, однажды купивших компьютер и программное обеспечение к нему задуматься об обновлении. Более того, некоторые вынуждены это сделать, если им приходится предоставлять результаты работы в электронном виде для отчета или использовать таковые, так как требования к стандартам, утвержденные или нет, также усиливаются.

Рынок труда. Компании «ИЦ Консультант» требуются: курьеры – люди без специального образования, но в то же время способные достойно представлять фирму в глазах клиентов, отвечая на их вопросы; торговые агенты - почти как курьеры, но имеющие понятие о том, что они продают, иначе говоря, чуть-чуть бухгалтеры и юристы, с кем они собственно и общаются; руководители отделов сбыта обязаны организовать и координировать работу агентов, должны хорошо разбираться как в содержании предлагаемых программ, так и в технической их особенности

или хорошо знать содержание и назначение компьютеров (если говорить об отделе сбыта компьютеров), так как решают сложные вопросы с заключением договоров, обучают агентов и иногда пользователей, и отвечают по всем вопросам, иногда каверзным, клиентов по телефону; инженеры системотехники - специалисты по компьютерам и программному обеспечению вообще.

Проводя анализ внешней среды, выявляются те факторы, которые представляют опасность и открывают новые возможности.

Еще одной формой анализа конкурентного статуса является SWOT-анализ, позволяющий выявить и структурировать сильные и слабые стороны компании, а также потенциальные возможности и угрозы. Достигается это за счет сравнения внутренних сил и слабостей своей компании с возможностями, которые дает им рынок. Исходя из качеств соответствия (сильных, слабых сторон, возможностей и угроз), делается вывод о том, в каком направлении организация должна развивать свой бизнес, и в конечном итоге определяется распределение ресурсов по сегментам.

Построим матрицу возможностей внешней среды ООО «ИЦ Консультант», представленную в таблице 1.

Таблица 1 - Матрица возможностей внешней среды ООО «Информационный центр Консультант»

Влияние возможностей				
		Сильное влияние	Умеренное влияние	Слабое влияние
Вероятность использования возможностей	Высокая вероятность	Наличие высокого спроса за счет известности марки, внедрение новых услуг, наличие лояльности потребительских предпочтений	Использование правил взаимодействия торговой марки семейства Консультант-плюс	Использование постоянно обновляющихся технологий
	Средняя вероятность		Повышение численности персонала, повышение квалификации	
	Умеренная вероятность			

Анализируя структуру возможностей «ИЦ Консультант» можно отметить, что в сильных возможностях и высокой вероятности использования наличие высокого спроса, который наработан за счет использования торговой марки «консультант - плюс», периодическое обновление информационных услуг компании и лояльность потребительских предпочтений.

К умеренному влиянию возможностей с высокой вероятностью можно с уверенностью отнести использование правил взаимодействия торговой марки «Консультант-плюс». Со средней вероятностью – использование практически любого кадрового потенциала, способного к обучению.

Слабое влияние, но с высокой вероятностью в качестве конкурентных преимуществ может оказать наличие постоянно совершенствующихся технологий.

Матрица угроз внешней среды для ООО «ИЦ Консультант» представлена в таблице 2.

Таблица 2 - Матрица угроз внешней среды ООО «ИЦ Консультант»

Влияние угрозы на организацию				
Вероятность наступления угрозы		Критическая	Тяжелая	Легкая
	Высокая	снижение спроса	Снижение покупательской способности	
	Средняя		Появление сильных конкурентов	
	Слабая	Экономическая нестабильность	Перенасыщение рынка идентичными продуктами	

Анализ матрицы угроз показывает, что снижение спроса на информационные услуги, а также экономическая нестабильность могут критически влиять на ООО «ИЦ Консультант». Влияние других, описанных в таблице угроз тоже немаловажно.

В соответствии с представленными выше таблицами сформируем в таблице 3 матрицу SWOT ООО «ИЦ Консультант».

Анализируя матрицу SWOT-анализа можно отметить, что за счет

работы квалифицированного персонала, его качества обслуживания наряду с применением низких цен и предоставления дополнительных скидок может помочь предприятию улучшить качество предоставляемых услуг и повысить спрос. За счет цены и проведения рекламных компаний можно уменьшить вероятности наступления угроз для предприятия.

Таблица 3 - Матрица SWOT-анализа

	Возможности	Угрозы
Силы	1.Внедрение новых услуг 2.Заинтересованность клиентов 3. Высокий спрос.	1. Конкуренция 2.Снижение покупательской способности 3. Перенасыщение рынка идентичными программными продуктами.
1. Цены 2. Качество обслуживания 3. Скидки	Силы и возможности Использование скидок, повышение квалификации персонала, улучшение качества продукции, снижение цены.	Силы и угрозы Улучшение качества продукции (лучше, чем у конкурентов), внедрение новых продуктов, чтобы не было перенасыщения рынка.
Слабости 1. Снижение спроса 2. Экономическая нестабильность	Слабости и возможности Снижение цены, ввод скидок на комплексные поставки, чем можно заинтересовать клиентов, расширение штата, проведение рекламной кампании.	Слабости и угрозы Снижение слабостей и угроз, иначе компания прекратит свое существование на рынке.

Как видно из таблицы 3 положение ООО «ИЦ Консультант» достаточно хорошее: практически единственным фактором возникновения критического состояния организации может возникнуть то, что если в Российской Федерации наступит кризис, экономического и/или политического характера. Второй по величине фактор – снижение потребительских предпочтений. Для его предотвращения необходимо постоянно повышать качество сервисного обслуживания, применять новые методы привлечения клиентов, такие как, например, внедрение новой услуги, отыскивать новые альтернативные возможности получения прибыли. Для того чтоб удерживать конкурентов на расстоянии необходимо достичь такого уровня сервиса и авторитета, при котором конкурентам тяжело будет соперничать с компанией, что может повлиять на исключение такой угрозы

как наличие сильных конкурентов.

Таким образом, анализ внутренней и внешней среды предприятия показывает наличие устойчивого положения на рынке информационных услуг. Это в свою очередь обеспечивается сильными сторонами организации: такими как использование «раскрученной» торговой марки и использование современных технологий. Не стоит также забывать о наличии конкурентов – потенциальных угрозах компании, справиться с которыми может помочь постоянное совершенствование качества обслуживания потребителей, и что еще не маловажно, внедрение новых услуг может положительно сказаться на деятельности компании.