куда подует...

методологические основы оценки стратегического потенциала предприятия в условиях риска и неопределенности внешней среды

Стратегия, предвидение, неопределенность и риск – вот то, что является главными источниками предпринимательского успеха в современных условиях. Чтобы безошибочно действовать на рынке, необходимо знать, как из множества возможных вариантов выбрать единственное наилучшее решение. Для этого необходимо владеть навыками и подходами стратегического управления предприятием. Поскольку любые управленческие решения и стратегии обращены в будущее, появляется потребность предвидеть и грамотно прогнозировать ситуации. Необходимость же действовать в условиях, которые не могут быть однозначно определены, придает предпринимательской деятельности неопределенный, рискованный характер. Отсюда следует, что в современных условиях понятие стратегии без неопределенности и риска не имеет содержания.

роведенное нами исследование сущности понятий риска и неопределенности предпринимательской деятельности подтверждает, что теоретические и практические основы принятия решений, несмотря на чрезвычайную актуальность круга очерчиваемых ими проблем и предлагаемых подходов, в рассматриваемых условиях все еще не имеют сформированной целостности.

В общем виде под неопределенностью понимается недостоверность, неточность, недостаточность или полное отсутствие информации при подготовке или принятии решений в практике

Ковалева Т.В.

аспирантка Хабаровской государственной академии экономики и права, директор Студенческого научноисследовательского центра ХГАЭП стратегия, предвидение, неопределенность и риск - вот то, что является главными источниками предпринимательского успеха в современных условиях

управления предприятием, научных и других исследованиях, а также понятие, отражающее отсутствие однозначности.

Неопределенность первична по отношению к риску, она является неотъемлемым условием предпринимательской деятельности и пред-

ставляет собой объективную составляющую разработки и реализации управленческих решений. Неопределенность заставляет принимать решения, а ее степень определяет уровень рискованности каждого решения.

Риск – субъективное отражение объективной реальности, т.е. неопределенности, следствие влияния последней на предприятие. При этом риск возникает только тогда, когда субъект вступает в процесс принятия решений и возникает необходимость сделать выбор из множества вариантов. Здесь обязательно предполагается рискующий – тот, к кому этот риск относится, кому небезразличен результат принятого решения.

Разница между риском и неопределенностью также связана со способом задания информации и определяется наличием (в случае риска) или отсутствием (в случае неопределенности) вероятностных характеристик неконтролируемых переменных.

В момент принятия решений невозможно получить точные и полные сведения об отдаленной во времени ситуации реализации стратегии предприятия, обо всех действующих или потенциально могущих проявиться внутренних и внешних факторах, влияющих на решения. Все это приводит к тому, что риск и неопределенность стратегических решений никогда не бывают нулевыми, всегда существует вероятность не достичь поставленных целей. Актуальность нового взгляда на стратегическое управление особенно обозначилась в результате новых фундаментальных изменений в окру-

жающей среде, повлекших за собой смену всей философии бизнеса, а именно: глобализации и гиперконкуренции. Широкая доступность ресурсов сделала невозможным получение конкурентного преимущества в эксплуатации внешних условий бизнеса. Задача мониторинга среды, необходимая для составления стратегических планов, значительно усложнилась – все компании в мире, работающие на аналогичных, смежных и даже различных рынках, могут и должны рассматриваться в качестве потенциальных конкурентов.

С каждым днем создать конкурентное преимущество все труднее и за счет редкости ресурса или ограниченности информации. Информационные сети мгновенно доставляют любую информацию о ценах, качестве, сроках и стоимости доставки товаров к любому потребителю, что сказывается на растущем товарном изобилии, при этом товары становятся все более похожими по качеству. Сейчас окружающий мир - это, скорее, совокупность не национальных экономик, а экономических, финансовых и информационных потоков, которые предъявляют новые, гораздо более жесткие требования к работе с информацией, т.к. ее объемы постоянно растут. Все это происходит на фоне усиления влияния неопределенности и скорости изменений, что означает: никакое конкурентное преимущество не сможет продержаться долго, уникальность ресурсов и способностей может быстро улетучиться, а эффективные сегодня подходы - устареть.

С учетом всего вышеизложенного мы считаем,

что разработка стратегии развития предприятия должна основываться на комплексном анализе уровня неопределенности, сложности и непредсказуемости внешней среды, на подборе для каждого уровня наиболее подходящих концепций стратегического управления.

риск и неопределенность
стратегических решений
никогда не бывают нулевыми,
всегда существует
вероятность не достичь
поставленных целей

стратегическое управление

широкая доступность ресурсов

сделала невозможным

получение конкурентного

преимущества в эксплуатации

внешних условий бизнеса

А самое главное, поскольку практически все управленческие решения затрагивают потенциал предприятия, его использование, управлением им, приращение размера, то разработка стратегии развития предприятия, по

нашему мнению, должна строиться на анализе имеющейся стратегической возможности и выборе такого варианта решения в условиях риска и неопределенности, которое бы повышало уровень потенциала, наращивая его эффективность.

Стратегический потенциал предприятия – комплексное понятие, т.к. на его уровень влияет как внутренняя, так и внешняя среда. В данное понятие должны включаться его активы (т.е. стоимостная оценка имеющихся ресурсов) и характеристики рыночного положения, репутация, накопленный опыт и т.д.

Существует несколько подходов к определению потенциала предприятия. Он рассматривается как:

- 1) совокупность материальных, трудовых, финансовых, организационных, информационных, пространственных, репутационных и других видов ресурсов;
- 2) рыночные возможности;
- 3) коммерческая деятельность.

Таким образом, стратегический потенциал предприятия можно определить как совокупность количественных и качественных индикаторов результативности (эффективности) хозяйственной деятельности, параметров состояния и показателей внешней и внутренней среды предприятия, их динамики, выражающей соответствие стратегии предприятия целям и возможностям его развития в условиях риска и неопределенности.