

Внешняя и внутренняя среда предприятия

Преподаватель: Токарева
Наталья Александровна

Внешняя среда предприятия

- **Внешняя среда предприятия** – это все условия и факторы, которые возникают независимо от деятельности предприятия и оказывают существенное воздействие на него. Внешние факторы обычно делятся на две группы: факторы прямого воздействия (ближайшее окружение) и факторы косвенного воздействия (макроокружение).



Внешнюю среду подразделяют на:

- Микросреду - среду прямого влияния на предприятие, которую создают поставщики материально-технических ресурсов, потребители продукции (услуг) предприятия, торговые и маркетинговые посредники, конкуренты, государственные органы, финансово-кредитные учреждения, страховые компании и др. контактные аудитории;
- Макросреду - среду влияющую на предприятие и его микросреду. Она включает природную, демографическую, научно-техническую, экономическую, экологическую, политическую и международную среду.

Факторы внешней среды прямого воздействия

- **Поставщики** - это разные субъекты хозяйствования, обеспечивающие предприятие материально-техническими и энергетическими ресурсами, необходимыми для производства конкретных товаров или услуг.
- **Конкуренты** - соперники предприятия в борьбе за более выгодные условия производства и сбыта товаров, за получение наивысшей прибыли.
- **Потребители** - производя продукт, предприятие выходит на рынок в качестве продавца и в связи с этим на первый план выходит проблема сбыта, т.е. выявление потребителей. При решении данной проблемы важное то, как потребитель относится к предприятию и к продукту (торговая марка). Это является значимым фактором, определяющим соотношение спроса и предложения на продукцию предприятия и тем самым влияющих на цену и объем сбыта.

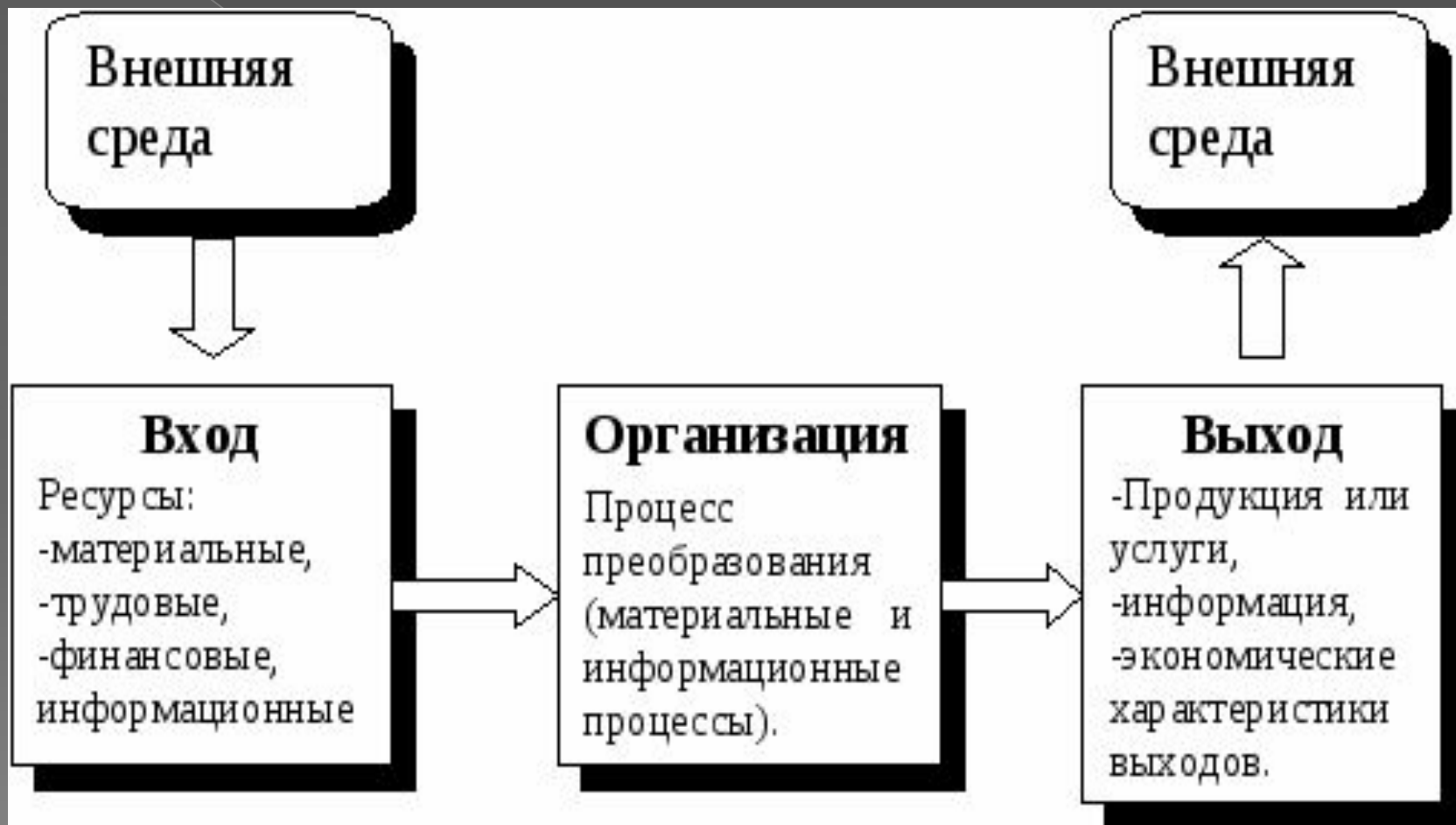
Факторы внешней среды косвенного воздействия:

- **Политические факторы.** Состояние политико-правовой среды определяется особенностью политической ситуации в стране. Специфика ситуации вытекает из сложившейся обстановки политических сил, которые представлены политическими партиями. В конкретный период времени одна из партий или объединения определяет внутреннюю и внешнюю политику государства, таким образом, влияют на решение социальных и экономических проблем.
- **Научно-технический прогресс.** В условиях экономики рыночного типа предприятие может быть конкурентоспособным только при условии постоянного совершенствования выпускаемой продукции, а также технологии и организации производства. Своевременное использование достижений науки является залогом устойчивого функционирования предприятия.
- **Состояние национальной экономики.** Экономика любой страны предполагает наличие финансовой системы, которая представлена государственным бюджетом, валютными фондами, банками, страховыми и пенсионными фондами, а также лизинговыми компаниями, юридическими и физическими лицами.

- **Внешние политические условия** составляют государственное устройство и государственную политику, в том числе внешнюю и внутреннюю. Внутренняя политика включает социальную, научно – техническую, промышленную, кадровую, экономическую составляющие, а также налоговую, ценовую, кредитную, таможенную и другие. От того, как устроена политическая система, зависит ее влияние на деловую активность предприятий: она может способствовать их развитию или создавать трудности для него. Широкая информированность предприятий о политической системе, ее функционировании позволяет пользоваться благоприятными возможностями для развития своего дела, укрепления своих позиций, расширения сферы деятельности, избежать или снизить потери.



Внешняя среда предприятия



информационные

процессы)

ВЫХОДОВ
характеристики

◎ Основные характеристики внешней среды:

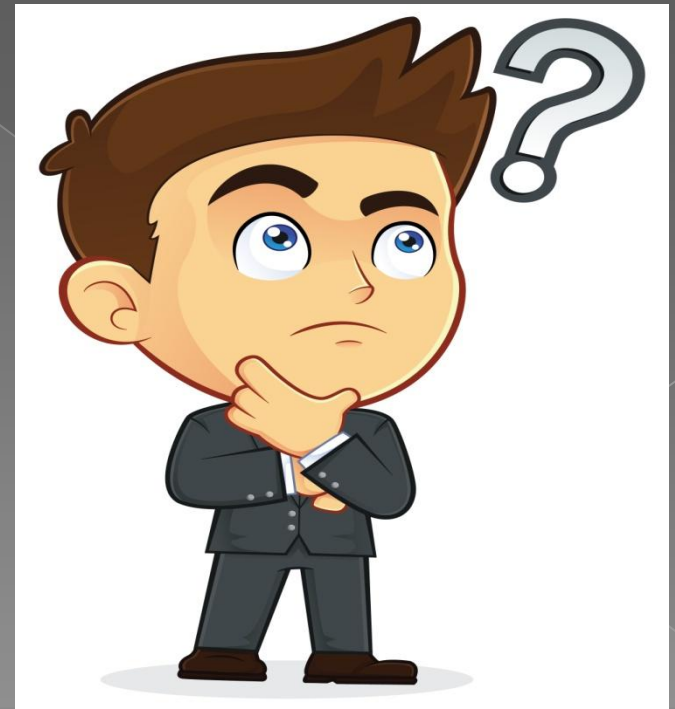
- ◎ 1. Взаимосвязанность факторов: сила, с которой изменение одного фактора воздействует на другие факторы.
- ◎ 2. Сложность: число и разнообразие факторов, значимым образом влияющих на организацию.
- ◎ 3. Подвижность: относительная скорость изменения среды.
- ◎ 4. Неопределенность: относительное количество информации о среде и уверенность в ее точности.

Внешняя среда обладает определённой СЛОЖНОСТЬЮ.

- Под **сложностью** внешней среды понимается число факторов, на которые организация обязана реагировать, а также уровень вариативности каждого фактора. Если на организацию давят государственные постановления, несколько заинтересованных групп влияния, многочисленные конкуренты и ускоренные технологические изменения, можно утверждать, что эта организация находится в более сложном окружении, чем, например, организация, озабоченная действиями всего нескольких поставщиков, при отсутствии политических «лобби» и замедленном изменении технологии.



- **Неопределенность** внешней среды является функцией количества информации, которой располагает организация (или лицо) по поводу конкретного фактора, а также функцией уверенности в этой информации. Если информации мало или есть сомнения в ее точности, среда становится более неопределенной, чем в ситуации, когда имеется адекватная информация и есть основания считать ее высоконадежной. Поскольку бизнес все более становится глобальным занятием, требуется больше и больше информации, но уверенность в ее точности снижается.



Внутренняя среда предприятия

Внутренняя среда предприятия — это та часть общей среды, которая находится в рамках организации. Она оказывает постоянное и самое непосредственное воздействие на функционирование организации. Внутренняя среда имеет несколько срезов, каждый из которых включает набор ключевых процессов и элементов организации, состояние которых в совокупности определяет тот потенциал и те возможности, которыми располагает организация



Основными элементами внутренней среды предприятия являются

- **производство** (в зарубежной экономической литературе – управление операциями): объем, структура, темпы производства; номенклатура продукции; обеспеченность сырьем и материалами, уровень запасов, скорость их использования; наличный парк оборудования и степень его использования, резервные мощности; экология производства;
- **персонал**: структура, квалификация, количественный состав работников, производительность труда, текучесть кадров, стоимость рабочей силы, интересы и потребности работников;
- **организация управления**: организационная структура, методы управления, уровень менеджмента, квалификация, способности и интересы высшего руководства, престиж и имидж предприятия;

- ◎ • **маркетинг**, охватывающий все процессы, связанные с планированием производства и реализацией продукции, в том числе: производимые товары, доля рынка, каналы распределения и сбыта продукции, маркетинговый бюджет и его исполнение, маркетинговые планы и программы, стимулирование сбыта, реклама, ценообразование;
- ◎ • **финансы** – своего рода зеркало, в котором отражается вся производственно-хозяйственная деятельность предприятия. Финансовый анализ позволяет вскрыть и оценить источники проблем на качественном и количественном уровне;
- ◎ • **культура и имидж предприятия** – слабоформализуемые факторы, которые создают образ предприятия; высокий имидж предприятия позволяет привлечь работников высокой квалификации, стимулировать потребителей к покупке товаров и т. п.

- К элементам внутренней среды можно отнести цели и задачи организации, самих работников и применяемые в производстве технологии, финансовый и информационный ресурсы, а также организационную культуру.
- Особое место во внутренней среде занимают люди. Их способности, уровень образования и квалификации, опыт работы, образ мышления, мотивация и преданность определяют конечный результат работы организации.
- Как известно, основным фактором производства и ресурсом в организации является труд сам по себе.
- Рабочая сила, т. е. работники, осуществляющие трудовую деятельность, являются основой деятельности всей организации. Персонал и его отношения определяют социальную подсистему организации.



- Производственно-техническая подсистема включает в себя совокупность основных фондов (машины, оборудование), различные виды сырья, материалов, которые идут на изготовление продукта, инструменты, необходимые для создания благ, преобразования материалов в готовый продукт. Главной составляющей производственной подсистемы является электроэнергия: она обеспечивает работу оборудования и служит единственным источником освещения. Свет – одно из необходимых условий для успешного выполнения работы.



- **Элементами, характеризующими производственно-техническую подсистему, являются:**
- **1) используемые технологии.** Для того чтобы эффективно развиваться, организация должна регулярно осваивать последние достижения науки и техники, внедрять на производство новые технологии;
- **2) производительность труда** — качественная характеристика затрат труда и показатель их эффективности. Чем выше данный показатель, тем лучше функционирует организация;
- **3) издержки производства** – совокупные расходы предприятия как на покупку необходимых ресурсов и оборудования, так и на оплату труда работников (заработную плату, премии). Кроме того, к издержкам также относят налоговые отчисления;
- **4) качество продукции** – совокупность свойств, делающих ее пригодной к потреблению в соответствии с назначением. Данный показатель непосредственно зависит от качества исходного сырья, способов его обработки и квалификации работников. Качество товара – фактор конкурентоспособности организации на рынке;
- **5) объем запасов на предприятии** – необходим для непредвиденного доизготовления продукта, когда спрос на него значительно превышает предложение.

Главные элементы внутренней среды:

- 1) **цели** - конкретное конечное состояние или желаемый результат, на достижение которого направлены усилия организации. Общая или генеральная цель называется миссией, которой организация заявляет о себе на рынке. Цели устанавливаются в процессе планирования.
- 2) **структура** - количество и состав ее подразделений, ступеней управления в единой системе. Её назначение в обеспечении эффективного достижения целей организации. Она включает каналы коммуникации, по которым передается информация для принятия решений. С помощью принятых решений обеспечивается координация и контроль за отдельными структурными подразделениями организации.



- ◎ **3) издержки производства** – совокупные расходы предприятия как на покупку необходимых ресурсов и оборудования, так и на оплату труда работников (заработную плату, премии). Кроме того, к издержкам также относят налоговые отчисления;
- ◎ **4) качество продукции** – совокупность свойств, делающих ее пригодной к потреблению в соответствии с назначением. Данный показатель непосредственно зависит от качества исходного сырья, способов его обработки и квалификации работников. Качество товара – фактор конкурентоспособности организации на рынке;
- ◎ **5) объем запасов на предприятии** – необходим для непредвиденного доизготовления продукта, когда спрос на него значительно превышает предложение.



Внутренняя среда предприятия



Макросреда: природная, демографическая, научно-техническая, экономическая, экологическая, политическая и международная

экономическая, экологическая, политическая и международная

микросреда: поставщики, потребители, маркетинговые посредники, конкуренты, контактные аудитории

поставщики, конкуренты, контактные аудитории

микросреда: поставщики, потребители, маркетинговые посредники, конкуренты, контактные аудитории

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

- Как следует из вышесказанного, анализ среды – очень важный для выработки стратегии организации и очень сложный процесс, требующий внимательного отслеживания происходящих в среде процессов, оценки факторов и установления связи между факторами и теми сильными и слабыми сторонами, а также возможностями и угрозами, которые заключены во внешней среде. Очевидно, что не зная среды, организация не может существовать. Однако она не плывет в окружении, как лодка, не имеющая руля, весел и паруса. Организация изучает среду, чтобы обеспечить себе успешное продвижение к своим целям. Поэтому в структуре процесса стратегического управления вслед за анализом среды следует установление миссии организации и ее целей.

*СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!*