

Внешняя среда организации и ее анализ. PEST-анализ.

Выполнила:
студентка 4 МЖ 3 ак.гр.
Фролова Виктория



● **Внешняя предпринимательская среда** – все условия и факторы, возникающие в окр. среде, независимо от деятельности конкретной фирмы, но оказывающие или могущие оказать воздействие на ее функционирование и поэтому требующие принятия упр. решений. Каждая фирма имеет свою собственную внешнюю среду, внешнее окружение, охватывающее множество факторов, которые могут воздействовать на функционирование фирмы как в текущий период, так и в перспективе. Упр. аппарат фирмы обычно стремится ограничить учет действия внешнего окружения в первую очередь теми факторами, от которых решающим образом зависит эффективность деятельности фирмы на конкретном этапе.

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;

Макросреду

- влияющую на предприятие и его микросреду. Она включает природную, демографическую, научно-техническую, экономическую, экологическую, политическую и международную среду.

Классификация факторов внешней среды:

- 1. Факторы прямого воздействия:

- характер и состояние рыночных отношений;
- хозяйственные связи фирмы.

- 2. Факторы косвенного воздействия:

регулирование предпринимательской деятельности;

- общеекономические;
- общеполитические.



- Внешнюю среду можно охарактеризовать следующими качествами:



взаимосвязанность факторов;



сложность;



подвижность;



неопределенность.

- Важно учитывать **подвижность среды** - скорость, с которой происходят изменения в окружающей среде организации

В некоторых отраслях (e.g., в фармацевтической, электронной, химической, авиационно-космической, производстве компьютеров, сфере телекоммуникаций) изменения происходят относительно быстро в связи с быстрыми изменениями технологий и методов конкурентной борьбы.

- В других отраслях (машиностроении, производстве запасных частей к автомобилям, в кондитерской, мебельной промышленности, производстве тары и упаковочных материалов, пищевых консервов) процессы изменения среды более замедленные.





- **Анализ внешней среды** - процесс, предназначенный для контроля внешних факторов среды с целью определения перспективных возможностей организации и грозящих ее опасностей. Включает в себя:
- **Анализ рынка** (уровень и структура предложения, уровень и прогноз развития спроса, уровень цен, потребности, определение фазы цикла спроса (зарождение, ускорение, замедление, зрелость, затухание), определение продолжительности жизненного цикла товара, анализ покупательной способности населения),



PEST анализ — простой и удобный метод для анализа макросреды (внешней среды) предприятия. Методика PEST анализа часто используется для оценки ключевых рыночных тенденций отрасли, а результаты PEST анализа можно использовать для определения списка угроз и возможностей при составлении SWOT анализа компании.

● PEST анализ является инструментом долгосрочного стратегического планирования и составляется на 3-5 лет вперед, с ежегодным обновлением данных. PEST анализ является аббревиатурой следующих показателей отрасли:

- политические (P),
- экономические (E),
- социально — культурные (S),
- технологические (T).



- **P (Political)** — факторы политико-правового окружения компании. При анализе политико — правового окружения отрасли, рынка или страны рекомендуется ответить на вопросы относительно ключевых изменений в области политической стабильности и правового регулирования.
- **E (Economic)** — факторы экономического состояния рынка. В ходе анализа данной группы факторов необходимо определить 6 ключевых параметров, характеризующих состояние экономики страны/ рынка, на котором функционирует компания.
- **S (Socio — cultural)** — факторы социального и культурного состояния рынка. В ходе анализа данной группы факторов необходимо описать 5 ключевых параметров: Изменение демографического состояния: движение населения (убыль или рост), поло-возрастная структура рынка, изменение расовой принадлежности; Уровень образованности населения, в том числе уровень квалифицированности кадров.
- **T (Technological)** — факторы, характеризующие технологический прогресс в отрасли. Данная группа факторов требует детального анализа, так как в эпоху технологического процесса именно изменение в технологии может кардинально изменить устоявшееся состояние рынка.

Список использованной литературы:

- Герчикова И.Н. Менеджмент. Учебник. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1995. - 480 с.



Спасибо за внимание!