

ЭЛЕМЕНТЫ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ КОМПАНИИ. ЭЛЕМЕНТЫ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ ДАЛЬНЕГО И БЛИЖНЕГО ОКРУЖЕНИЯ КОМПАНИИ

Выполнил: Сугорских А.А.

Группа:643

Что такое внешняя среда организации?

Это - совокупность внешних факторов, воздействующих на предприятие. Чтобы деятельность организации пребывала в постоянном движении и развитии, мало просто адаптироваться к внешней среде. Необходимо прогнозировать и подстраиваться под ее перемены, ибо избежать и повлиять на них невозможно. Она представляет собой экономические условия, правительство, потребительский спрос, который тоже зависит от немалого количества факторов, и т. д. По сути говоря, внешняя среда легко продолжит свое существование без определенной компании, тогда как компания без внешней среды полноценно функционировать не сможет

Условно факторы внешней среды можно разделить на группы

Правовые и политические

Самый простой пример, который можно привести для краткой характеристики этой группы - изменение налогового законодательства. Адаптация под новые налоговые базы зачастую проходит болезненно для организации. Здесь нужен не просто аналитик, а профессиональный юрист с многолетним опытом работы, для которого привычно и прогнозируемо любое движение в законодательстве.

Помимо налогов, изменения в сфере кредитной политики, патентного права, бюджетных планов правительства также могут повлиять на дальнейшую деятельность организации. Взаимодействие с другими государствами, внутриполитический строй - все это смело можно отнести к группе правовых и политических факторов. Это именно та часть внешней среды предприятия, на которую оно повлиять не может ни при каких условиях.

Экономические факторы

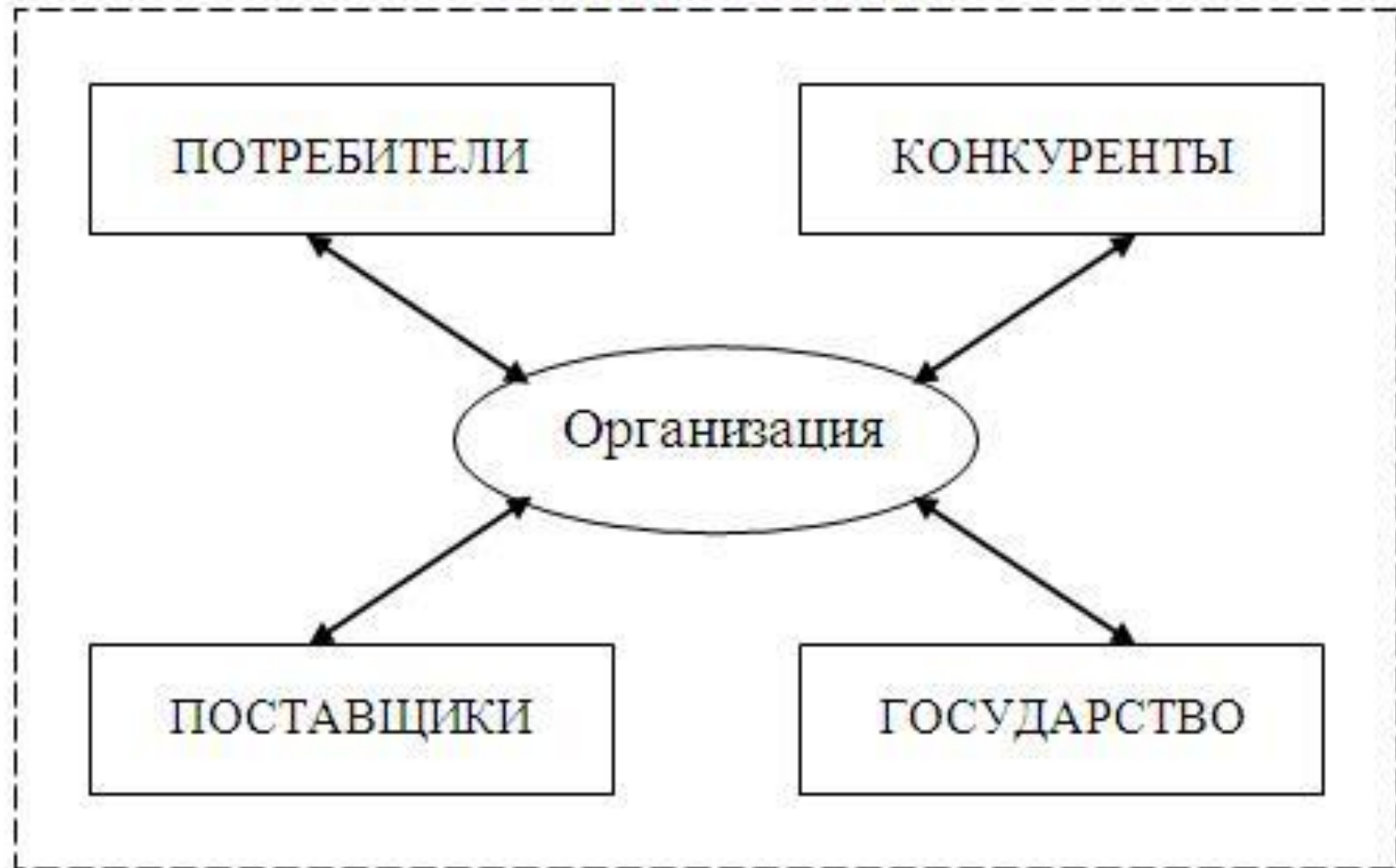
Экономических факторов внешней среды организации много. Причем это могут быть явления, происходящие как внутри страны, так и вне ее. Первое, что, пожалуй, приходит в голову - это инфляция, общеизвестное явление экономики, влияющее на жизнь как физических лиц, так и юридических. Курс валют столь же неизменно влияет на жизнедеятельность предприятия, как и предыдущий фактор.

От позиции рубля на рынке зависит экспорт и импорт товаров и, соответственно, рентабельность того или другого.

ДАЛЬНЯЯ СРЕДА



БЛИЖНЯЯ СРЕДА



Анализ внешней среды организации

Самыми распространенными инструментами анализа среды обитания организации являются SWOT-анализ и PEST-анализ. **SWOT-анализ** - общепринятый способ сбора информации и прогнозирования развития событий как во внутренней, так и во внешней среде организации. Подразумевает под собой комплексный подход в подготовке данных по всем элементам влияния на предприятие. Цели такого вида анализа внешней среды организации - выявить сильные и слабые стороны жизнедеятельности фирмы, установить взаимосвязь между ними и на основании этого продумать дальнейшие действия для устранения выявленных проблем и поддержания функционирования компании на должном уровне.

PEST-анализ - вид анализа, основанный на исследовании четырех групп факторов : политика, экономика, социум и технологии. Одно, как правило, вытекает из другого: изменение налогового законодательства может спровоцировать повышение процентных ставок по кредитам, а это, в свою очередь, приведет к снижению покупательской способности населения. В результате может резко упасть спрос на товары не повседневного использования, и развитие технологий в дальнейшем надолго останется на том же уровне.

Примеры внешней среды организации

Попробуем проанализировать внешнюю среду транспортного предприятия на примере пассажирского такси. Если брать за основу метод SWOT-анализа, обратим внимание на следующие определяющие факторы.

Общее положение на рынке транспортных услуг. Из чего в данном случае будет состояться информация? Это количество легковых автомобилей в парке, количество сотрудников, а также средний тариф на услуги перевозки пассажиров.

Среднестатистическое таксомоторное предприятие содержит в своем автопарке не менее ста единиц легкового автотранспорта. При этом, исходя из возможного графика работы водителей, можно выявить, что на одну машину приходится как минимум два человека. При том, что 70% машин будут находиться на линии, в бесперебойной работе организации должно участвовать не менее 70 водителей. Этого количества должно быть достаточно, чтобы удовлетворить потребности в услуге небольшого города при условии низкой конкуренции.

Для города-миллионника это количество будет достаточным только в том случае, если конкуренты предложат примерно тот же ценовой диапазон.

Диспетчера такси, как правило, работают в четыре смены при 12-часовом рабочем дне. Их количество, опять же, зависит от масштаба деятельности и территории охвата организации. В среднем, при количестве 1000 клиентских звонков за одну рабочую смену достаточно 5-6 человек. В расчет не берутся выходные и праздничные дни. При стабильном уровне функционирования организации в увеличении штата нет смысла.

Необходимость в ином персонале также зависит от масштабов деятельности предприятия и уровня конкуренции. Функционал бухгалтера и руководителя может совмещать один человек.

Что же касается непосредственно макросреды, то факторы, провоцирующие изменения в деятельности компании - это перемены в транспортном законодательстве (в том числе налогообложение), антимонопольной политике, а также колебания цены на топливо, которое напрямую зависит от курса валют и общепринятой стоимости за баррель нефти. Инфляция, как правило, понижает уровень спроса и негативно влияет на качество жизни в целом, соответственно, количество клиентов может резко уменьшиться, и нужда в сегодняшнем числе как человеческих, так и технических ресурсов отпадет сама собой. Еще одним вариантом реакции на возможный уровень доходов населения может стать понижение тарифов.

Здесь все будет зависеть от того, в какой именно форме происходит взаимодействие с водителями: сдельной или окладной. Те сотрудники, доход которых зависит от количества и суммы выполненных заказов, могут попросту уйти к более дорогим и популярным конкурентам. Соответственно, резко сократится автомобилей на линии, процент выполненных заказов станет ниже, и начнется неизбежный отток клиентов.

При грамотно построенном анализе работы предприятия подобные последствия можно спрогнозировать. Прежде всего, необходимо изучить тенденции изменений на законодательном и экономическом уровне, используя статистику последних лет. Далее определить, насколько конкурентоспособным является организация на текущий момент. А уже исходя из этого выстроить стратегию выхода из возможного кризиса и дальнейшего развития компании.

Структура внешней среды организации

- В микросреду, как правило, входят:
- поставщики;
- посредники;
- конкуренты;
- конечный потребитель;
- взаимодействующие с предприятием финансовые организации;
- контролирующие государственные органы. У макросреды гораздо более обширный состав.
- Правительство;
- министерства и департаменты;
- Центробанк;
- научно-исследовательские институты и патентное бюро;
- социально-политические проектные организации и т. п.

Как изменяется внешняя среда организации

- Изменения внешней среды организации подобны принципу домино. При падении первой костяшки запускается необратимый процесс, ведущий иной раз к совершенно непредсказуемым результатам. Колебания курса валют влияют на импортно-экспортные отношения, а также на ценообразование в государстве. Повышение или понижение цен воздействует на конечного потребителя и может как простимулировать спрос, так и дать обратный эффект.
- Повышение налогов в той или иной сфере деятельности может существенно повлиять на уровень прибыли предприятия, которое в свою очередь начнет экономить на человеческих ресурсах. Описать весь процесс изменений общими словами невозможно: необходимо учитывать индивидуальные особенности конкретной ситуации, чтобы выявить возможные последствия и выработать сценарий борьбы с ними, если того потребует положение дел.

Стратегия

Стратегия, выработанная на анализе внешней среды предприятия, основывается прежде всего на потенциале компании. Наука менеджмента и внешняя среда организации тесно взаимосвязаны между собой, ибо под ее изменения входит в спектр управленческих решений. Выявляя закономерности между переменами в макро- и микросредах, а также обнаружение слабостей в функционировании предприятия, можно заранее определить потенциально провальный или же наоборот - перспективный вид деятельности.

Исходя из аналитических данных, обычно прорабатывается сценарий, который может включать в себя:

- ▣ ряд маркетинговых мероприятий, направленных на стимулирование сбыта;
- ▣ упразднение убыточных подразделений;
- ▣ пересмотр и составление бюджета предприятия на определенный период;
- ▣ переоценку системы управления человеческими ресурсами;
- ▣ поиск новых поставщиков и партнеров с более выгодными условиями взаимодействия.

Заключение

Взаимодействие организации с внешней средой заключается в обмене энергией, информацией, товарами, услугами и т.п., который является обязательным условием жизнедеятельности любой организации. Главным условием существования и выживания любой организации в условиях рынка является способность находить потребителя своих товаров, услуг и других результатов деятельности. Также важно умение выбирать поставщиков, правильный выбор и хорошие взаимоотношения с которыми позволяют избежать ресурсной зависимости от них, обеспечить высокое качество товаров и услуг, исключить срывы поставок своим клиентам, обеспечить конкурентное преимущество организации.

Для обеспечения высокой эффективности деятельности организации необходимо постоянно изучать своих реальных и потенциальных конкурентов, их сильные и слабые стороны и, в соответствии с полученными результатами, строить свою стратегию конкурентной борьбы