

# **ТЕМА 4. ВНЕШНЯЯ И ВНУТРЕННЯЯ СРЕДА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

1. Рыночные условия функционирования предприятий. Понятие внешней среды деятельности предприятия и ее характеристики.
2. Спрос как фактор внешней среды. Факторы, формирующие спрос. Покупательные фонды населения. Емкость рынка.
3. Цена как фактор внешней среды. Оценка степени воздействия цен на результаты деятельности предприятия.
4. Товарное предложение и факторы, его формирующие.
5. Внутренняя среда развития предприятия.

# Цель занятия:

- формирование системного представления о внешней и внутренней среде деятельности предприятия и ее влиянии на поведение предприятия в условиях рынка.

# Задачи занятия:

- Раскрыть сущность внешней среды деятельности предприятия с определением ее основных характеристик.
- Систематизировать факторы, формирующие внешнюю среду деятельности предприятия.
- Рассмотреть спрос как основной фактор внешней среды, его виды, причины изменения, методы оценки взаимосвязи с результатами деятельности предприятия.
- Ознакомить с процессами, происходящими на рынке в сфере товарного предложения.
- Проанализировать роль цены как основного фактора внешней среды и методы оценки ее взаимосвязи с результатами деятельности предприятия.
- Рассмотреть внутреннюю среду деятельности предприятия, формирующие ее факторы и степень их зависимости от управленческих воздействий.

# Литература

1. Раицкий К.А. Экономика предприятия: Учебник для вузов. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2002. – 1012 с.
2. Райзберг Б.А., Фатхутдинов Р.А. Управление экономикой: Учебник. – М.: ЗАО Бизнес-школа «Интел-Синтез», 1999. – 784 с.
3. Снитко Л.Т. Экономика предприятия потребительской кооперации: Учебное пособие. Белгород, “Кооперативное образование”.- БУПК, 2002. – 225 с.
4. Ширенбек Х. Экономика предприятия: Учеб. /Х. Ширенбек.-15-е изд.-М.:Питер,2005.-848с.-(Учеб.для вузов).
5. Экономика предприятия: Учебник / Под ред. В.Я.Горфинкеля, В.А.Швандера. – 4-е издание, перераб. и доп. .- М.: ЮНИТИ, 2004. – 670с.
6. Экономика: Учеб. для вузов/Под ред. А.С. Булатова.-3-е изд., перераб. и доп.-М.:Экономистъ,2005.-832с.:
7. Экономическая теория: Учеб./Под общ.ред. В.И.Видяпина, А. И.Добрынина, Г.П.Журавлевой, Л.С.Тарасевича.-М. :Инфра-М,2005.-672с.:
8. WEB-сайт: [WWW.mosregion/RU/textbooks/appRaisai\\_part3.sht/](http://WWW.mosregion/RU/textbooks/appRaisai_part3.sht/)

**1. Рыночные условия функционирования предприятий.  
Понятие внешней среды деятельности предприятия и ее характеристики.**

- *Результаты деятельности предприятия формируются под влиянием множества факторов*
- *Фактор представляет собой причину, обуславливающую какое-либо изменение в деятельности предприятия.*

Факторы, влияющие на эффективность работы предприятия



Рис.1. Факторы, влияющие на эффективность работы предприятия



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

**Внешняя среда** – это совокупность экзогенных воздействий на деятельность предприятия со стороны потребителей, конкурентов, государства, поставщиков.

### Виды внешней среды:

- Внешняя среда **прямого** воздействия (микросреда деятельности предприятия)- совокупность факторов, непосредственно и немедленно влияющих на деятельность предприятия.
- Внешняя среда **косвенного** воздействия (макросреда)-совокупность факторов, не оказывающих прямого и немедленного воздействия на деятельность предприятия, но значимых в долгосрочной перспективе.



# Характеристики внешней среды:

1. Взаимосвязанность – уровень силы, с которой изменение одного фактора действует на изменение других;
2. Сложность внешней среды – число факторов, на изменение которых фирма должна реагировать, а также уровень вариативности каждого из факторов;
3. Подвижность – скорость, с которой происходят изменения в окружении предприятия. Почти всегда скорость, нарастающая в силу технологических изменений и неравномерная по отношению к предприятиям разных отраслей и регионов;
4. Неопределённость характеризуется количеством информации по поводу конкретного фактора и уверенностью в достоверности этой информации.

# К факторам внешней среды

## деятельности предприятия относятся:

- 1. Общэкономические факторы** (*изменение системы ценообразования и налогообложения, изменение совокупной денежной массы и ставки рефинансирования, динамика денежных доходов населения и объёмов производства, технический прогресс и технические изменения и т.д.* ):
  - прямого воздействия (например, изменение налогового законодательства сказывается на деятельности предприятий немедленно)
  - факторы косвенного воздействия (технический прогресс окажет своё воздействие в отдалённой перспективе)
- 2. Демографические факторы** (*численность населения, половозрастной состав, уровень смертности и рождаемости, миграция*) учитываются в экономической работе с двух позиций:
  - демография как причина изменения спроса на потребительские товары;
  - демография как причина изменения рынка труда.
- 3. Политические факторы** (*общественный строй, экономическая структура страны, наличие войн и конфликтов, изменение административных границ и т.д.*).

**2. Спрос как фактор  
внешней среды.**

**Факторы,  
формирующие спрос.  
Покупательные фонды  
населения. Емкость  
рынка.**

**СПРОС** – это потребность, обеспеченная денежными средствами.

## **Факторы, формирующие спрос:**

- экономические – уровень развития производства, размер денежных доходов населения, уровень цен;
- социальные – уровень образования, культуры, социальная структура общества;
- демографические – численность и половозрастной состав, размер семьи, темпы миграции;
- природно-климатические – климат, величина осадков, температура;
- специфические – например, спрос на обувь зависит от моды, на мебель – от объема строительства.

# Структура спроса:

## 1. Реализованный:

а) *удовлетворённый* – потребители приобретают то, что является результатом их свободного выбора;

б) *скрытый неудовлетворённый* – означает, что потребитель приобретает товар, но вовсе не тот, который желал.

## 2. Нереализованный:

а) *явный неудовлетворённый* – означает, что покупателю не удалось найти необходимый товар и он вовсе отказался от приобретения;

б) *отложенный* – это часть дохода, которую потребитель отложил для последующего приобретения товара.

В соответствии с **законом спроса** рост цен ведет к снижению спроса на товар (и наоборот)

Цена



**Рис. Зависимость спроса от цены (эластичность)**

# Закон спроса не действует в трёх случаях:

- при ажиотажном спросе, вызванном ожидаемым повышением цен;
- для редких и дорогостоящих товаров, являющихся средством помещения денег;
- при переключении спроса на более качественные и дорогостоящие товары.

Степень чувствительности спроса к различным факторам характеризуется **эластичностью**.

Тесноту этой связи можно оценить с помощью **коэффициента эластичности**, который показывает размер процентного изменения объёма спроса на товар при однопроцентном изменении фактора (цены, дохода, и т.д.).



$$k = \frac{y_1 - y_0}{y_0} \div \frac{x_1 - x_0}{x_0} = \frac{\Delta y}{y_0} \div \frac{\Delta x}{x_0} = \frac{\Delta y}{\Delta x} \times \frac{x_0}{y_0},$$

где  $k$  – коэффициент эластичности;

$y_0, y_1$  – базисные и отчётные значения спроса;

$x_0, x_1$  – базисные и отчётные значения фактора (цены);

$\Delta y$  – абсолютный прирост спроса;

$\Delta x$  – абсолютный прирост фактора (цены).

**Коэффициент эластичности может быть  
рассчитан также при помощи системы двух  
нормальных уравнений:**

$$\begin{cases} na_0 + b \sum x = \sum y \\ a_0 \sum x + b \sum x^2 = \sum xy, \end{cases}$$

где  $y$  - спрос;

$x$  - цена;

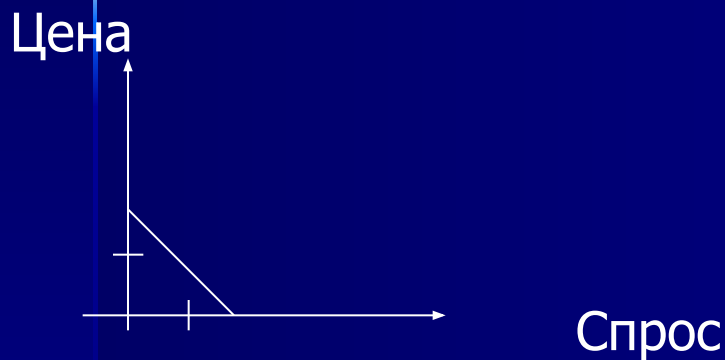
$a, b$  - параметры уравнения;

$n$  - число периодов (лет).

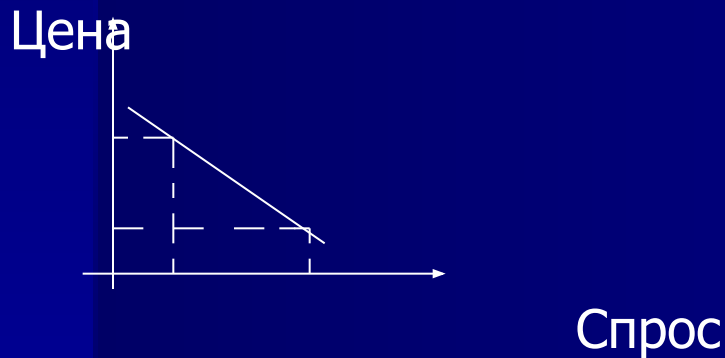
$$k = b \cdot \frac{x}{y}.$$

# Виды ценовой эластичности спроса:

1. **ЕДИНИЧНЫЙ** (эквивалентный)  $K_{\text{эластичности}} = 1$

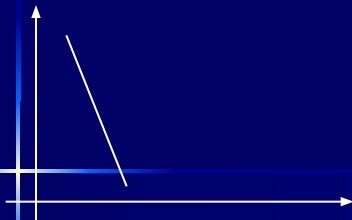


2. **Эластичный**  $K_{\text{эластичности}} > 1$



### 3. Неэластичный $K_{\text{эластичности}} < 1$

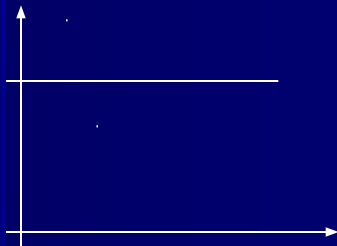
Цена



Спрос

### 4. Абсолютно эластичный $K_{\text{эластичности}} > 1$

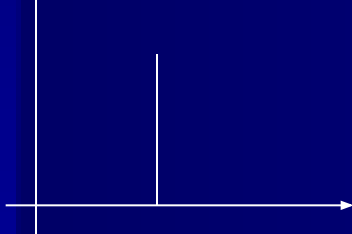
Цена



Спрос

### 5. Абсолютно неэластичный $K_{\text{эластичности}} = 0$

Цена



Спрос

## Перекрёстная эластичность спроса

характеризует изменение спроса на один товар при изменении цены на другой товар.

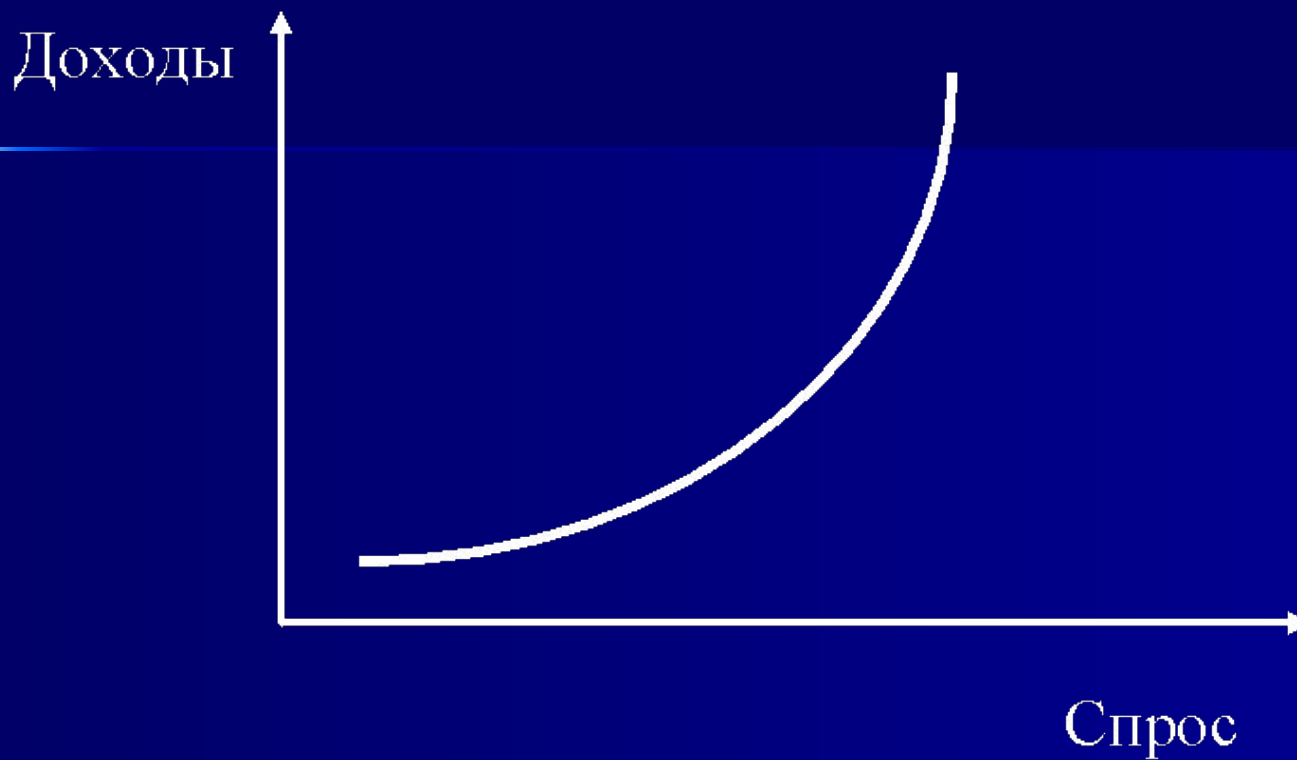
*Взаимозаменяемые товары* (субституты) - коэффициент эластичности положительный.

*Взаимодополняемые товары* (комплементы) - коэффициент эластичности отрицательный.

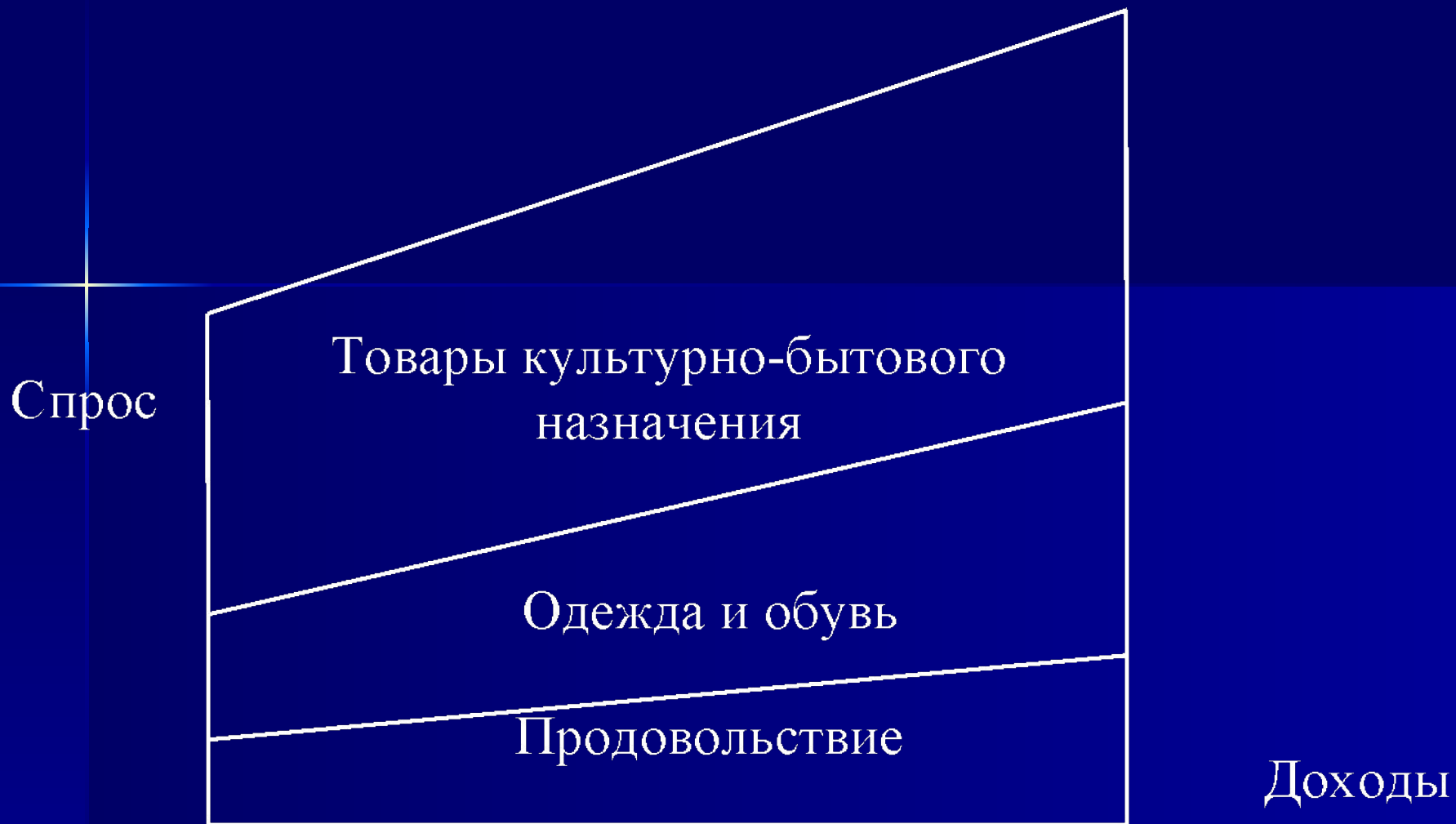
*Нейтральные товары* - коэффициент эластичности равен нулю.

# Правила изменения эластичности:

- Чем больше у товара заменителей и чем ближе их полезные свойства, тем выше эластичность спроса на этот товар.
- Чем насущнее потребность, удовлетворяемая товаром, тем ниже эластичность спроса на него.
- Чем более ограничен доступ к товару, тем ниже эластичность спроса на товар.
- Чем более агрегирован товар, тем ниже эластичность спроса на товар.
- Спрос становится более эластичным с течением времени.



**Рис. Зависимость спроса от доходов населения**



**Рис. Распределение доходов по важнейшим товарным группам**



**Первый закон Госсена** - чем больше запас каких-то материальных благ, тем меньшую ценность для потребителя представляет каждая последующая единица.

**Второй закон Госсена** - каждый потребитель так распределяет свой доход между покупками, чтобы полезности каждого блага были равны между собой.

Основные статьи денежных **ДОХОДОВ** населения: заработная плата, пенсии, пособия, доходы от операций с ценными бумагами, поступления от финансовой системы и т.д.

Основные статьи денежных **расходов** населения: покупка товаров, оплата различных услуг (коммунальных, бытовых, медицинских), обязательные платежи и добровольные взносы и др.

**Покупательные фонды населения** - сумма денежных средств, направляемых на покупку товаров. Они определяются как разность между суммой денежных доходов населения региона и суммой нетоварных расходов и прироста сбережений.

***Емкость рынка (market capacity)*** –  
максимально возможный объем продаж.

***Емкость рынка*** = ПФнаселения + Спрос  
юридических лиц  $\pm$  Миграция денег  
(+ превышение расходов над доходами;  
- превышение доходов над расходами).

**3. Цена как фактор  
внешней среды.  
Оценка степени  
воздействия цен на  
результаты  
деятельности  
предприятия.**

***Цена*** - денежное выражение  
стоимости и полезности товара.

Цены регулируют спрос и предложение, определяют структуру производства, оказывают воздействие на движение материальных потоков, распределение товарной массы, уровень жизни населения, динамику всех показателей деятельности предприятия и т.д.

# Расчёт влияния ценового фактора на изменение выручки ( $\Delta Q_{(P)}$ ):

$$\Delta Q_{(P)} = p_1 q_1 - p_0 q_1 = q_1 (p_1 - p_0),$$

где

$p_0, p_1$  – цены базисного и отчётного периода;

$q_0, q_1$  – физический объём реализации (производства)

в базисном и отчётном периоде.

# Размер экономии уровня издержек под влиянием роста цен ( $\Delta \mathcal{E}_p$ ):

$$\Delta \mathcal{E}_p = \frac{\text{Ин.з.}}{p_1 q_1} \times 100 - \frac{\text{Ин.з.}}{p_0 q_1} \times 100,$$

где Ин.з. – сумма расходов предприятия, независящих от изменения цен.

# **4. Товарное предложение и факторы, его формирующие.**



**Предложение** товаров на рынке является результатом производственного процесса и выражается во всей товарной массе, предназначенной для продажи. Оно отражает желание производителей продать свой товар.

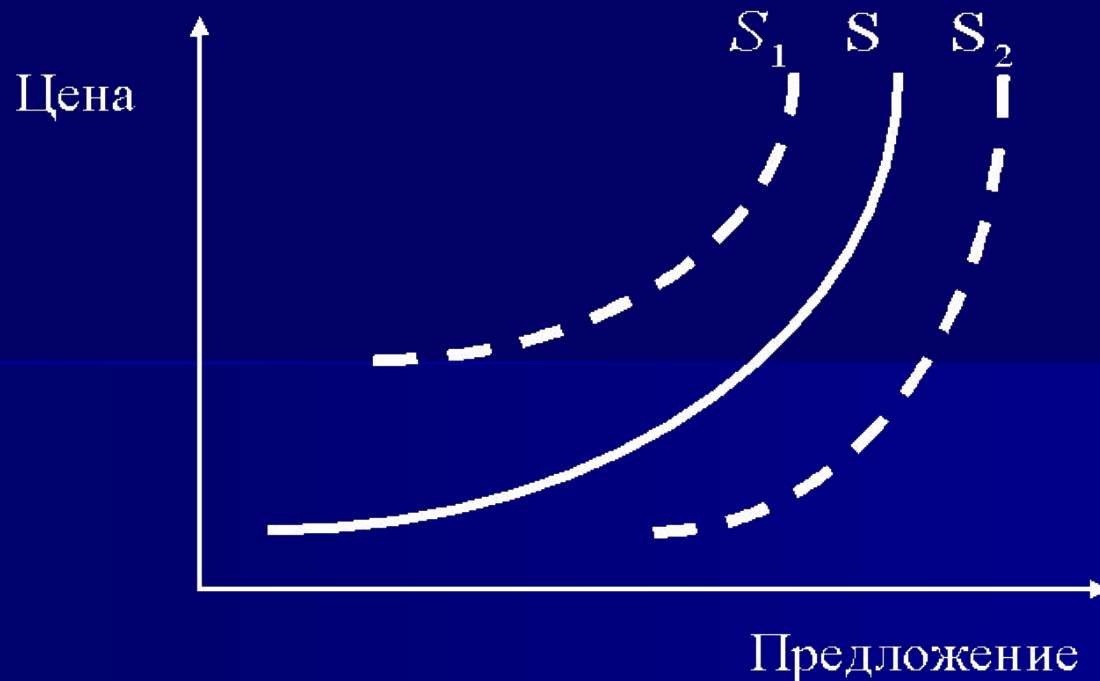
**Функция предложения** – это взаимозависимость между предложением товара и определяющими его факторами.

**Объём предложения** – это то количество товара, которое продавец желает продать при данных условиях в единицу времени.

**Закон предложения** : объём предложения товара увеличивается при увеличении цены и уменьшается при её снижении.

**Цена предложения** – это минимальная цена, по которой продавцы согласны предложить на рынок данное количество товара.

**Объём предложения** меняется тогда, когда изменяется только цена данного товара;  
**функция предложения** меняется тогда, когда изменяются факторы, которые раньше принимались за постоянные.



*Рис. Зависимость предложения от цены*

**Графически изменение объёма предложения выражается в «движении по кривой предложения» S. Однако на предложение могут оказать влияние и другие факторы, а не только цена. В этом случае, будет происходить сдвиг самой кривой ( S<sub>1</sub> и S<sub>2</sub>).**

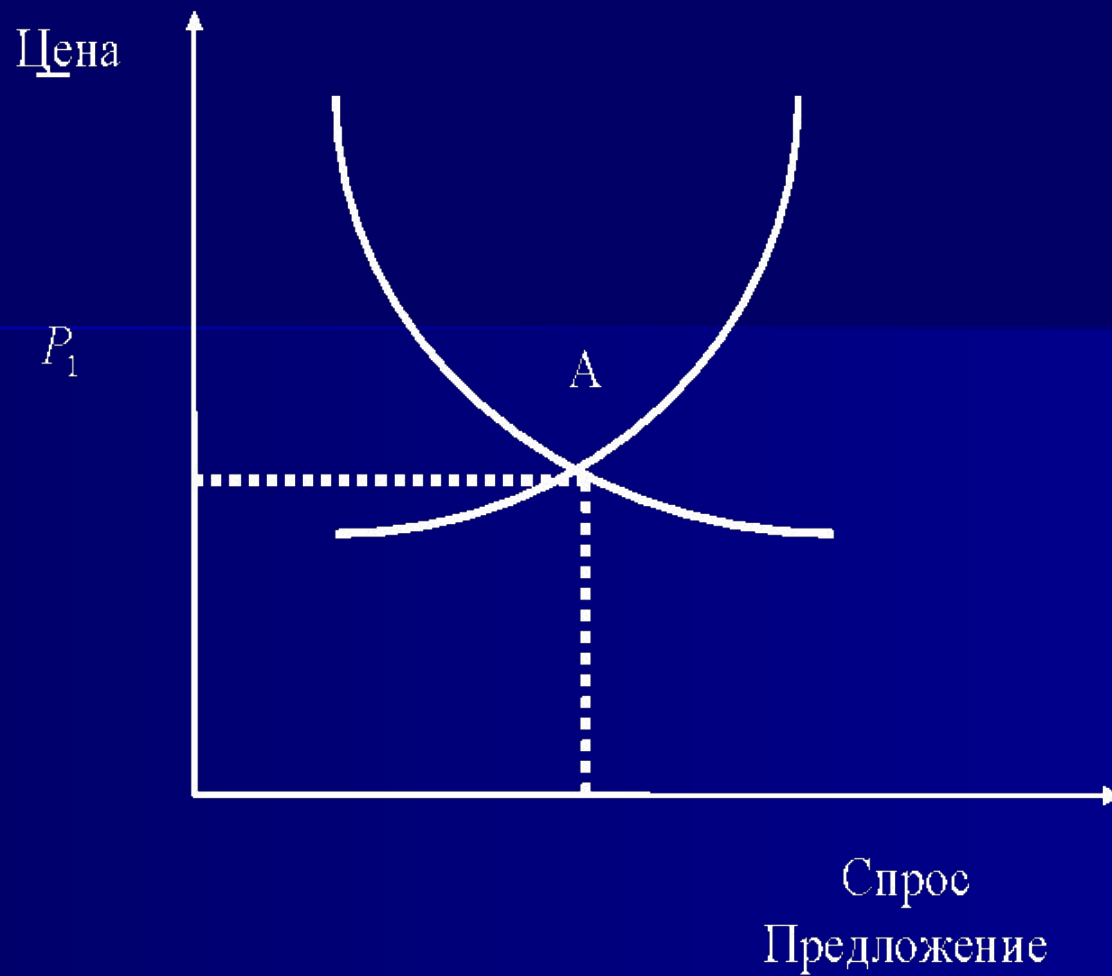
# Факторы, формирующие предложение товаров:

1. Изменение цены на данный товар (её рост ведёт к росту предложения).
2. Изменение цены на сырьё, из которого производится данный товар (её рост ведёт к уменьшению предложения).
3. Изменение цены на другой товар, производимый из такого же сырья (её рост сопровождается снижением предложения данного товара.).
4. Внедрение новых технологий, сокращающих затраты на производство, или позволяющее при таких же затратах выпускать больше продукции.
5. Изменение источников ресурсов, налоговой политики, стоимости факторов производства.
6. Выход на рынок новых фирм.
7. Природные катастрофы, политические действия, войны и т.д.

## В зависимости от уровня цен возможны следующие ситуации на рынке:

- высокие цены: большое предложение, небольшой спрос, результат – затоваривание;
- низкие цены: большой спрос, низкое предложение, результат – дефицит;
- оптимальные цены: совпадение спроса и предложения.

**Равновесие** на товарном рынке возникает тогда, когда уровень цен выравнивает количество желающих купить и количество желающих продать товар .



**Рис. Состояние равновесия**

Цена равновесия – это цена, при которой уравниваются спрос и предложение ( $P_1$ ).

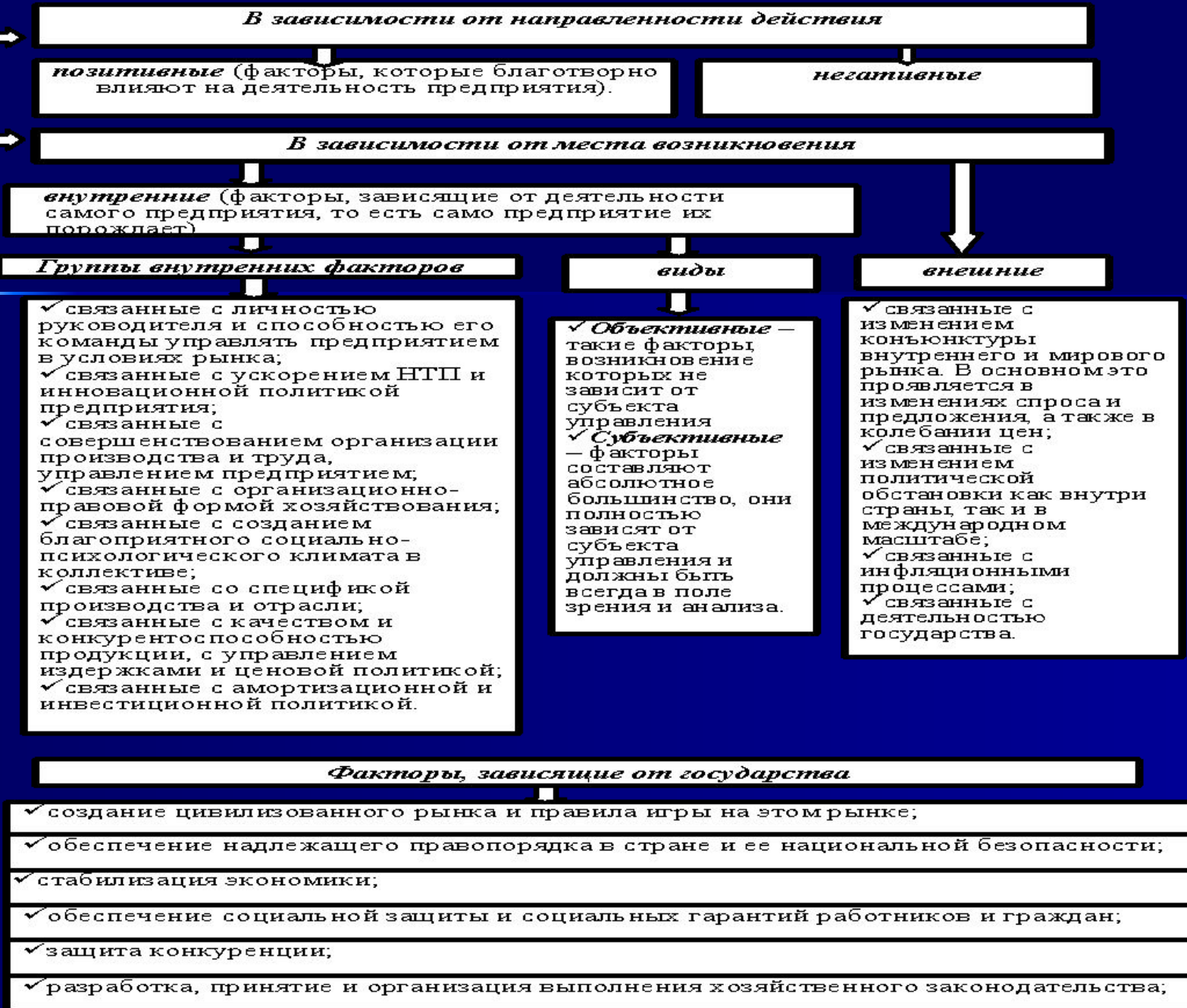
На точку равновесия (А), а значит, на цену равновесия, действует в сторону понижения – избыток предложения, а в сторону повышения – избыток спроса.

# **5. Внутренняя среда развития предприятия.**



- Любое предприятие, как открытая операционная система, взаимодействует с внешней средой, приспособлявая свою внутреннюю структуру к её изменениям.
- Всё, что может изменить предприятие, что зависит от принимаемых решений, что управляемо, принято называть **управляемыми переменными (эндогенными факторами)**.

**Факторы, влияющие на эффективность работы предприятия**



**Рис.1. Факторы, влияющие на эффективность работы предприятия**

# Управляемые переменные (эндогенные факторы) - факторы, которые зависят от самого предприятия, от принимаемых управленческих решений:

- организационная структура управления по горизонтали и по вертикали,
- доля аппарата управления и оперативных работников,
- структура штата и количество структурных единиц,
- затраты производства и обращения в части, поддающейся регулированию.
- масштабы деятельности в части независимой от изменения внешней среды;
- структура имущества предприятия и источники его формирования (привлечённые, кредитные, собственные, заёмные, арендованные);
- технологии и эффективность их использования на предприятии и т.д.