

Факторы внешней среды организации



Модель влияния внешней среды на организацию

Содержание:



1. Внешняя среда воздействия:
 - ✓ Среда прямого воздействия
 - ✓ Среда косвенного воздействия
 - ✓ Характеристики внешней среды организации

2. Модель влияния внешней среды на организацию

Среда

это совокупность объективных условий, в которых осуществляется деятельность организации.

Различают внутреннюю и внешнюю среду предприятия.

Внешняя среда

– это комплекс факторов, оказывающих непосредственное влияние на производственную и финансово-хозяйственную деятельность организации.

В настоящее время менеджерам необходимо учитывать действие факторов, находящихся вне организаций, поскольку организация как открытая система зависит от внешнего мира в отношении поставок ресурсов, энергии, кадров, потребителей.

1

- **взаимосвязанность факторов внешней среды**

2.

- **сложность внешней среды**

3

- **подвижность среды**
- **неопределенность внешней среды**

Выделяют следующие основные характеристики внешней среды:

- **взаимосвязанность факторов внешней среды** — уровень силы, с которой изменение одного фактора воздействует на другие факторы. Изменение какого-либо фактора окружения может обуславливать изменение других;

- **сложность внешней среды** — число факторов, на которые организация обязана реагировать, а также уровень вариативности каждого фактора;

- **подвижность среды** — скорость, с которой происходят изменения в окружении организации.

- **неопределенность внешней среды**
— соотношение между количеством информации о среде, которой располагает организация, и уверенностью в точности этой информации. Чем неопределеннее внешнее окружение, тем труднее принимать эффективные решения.

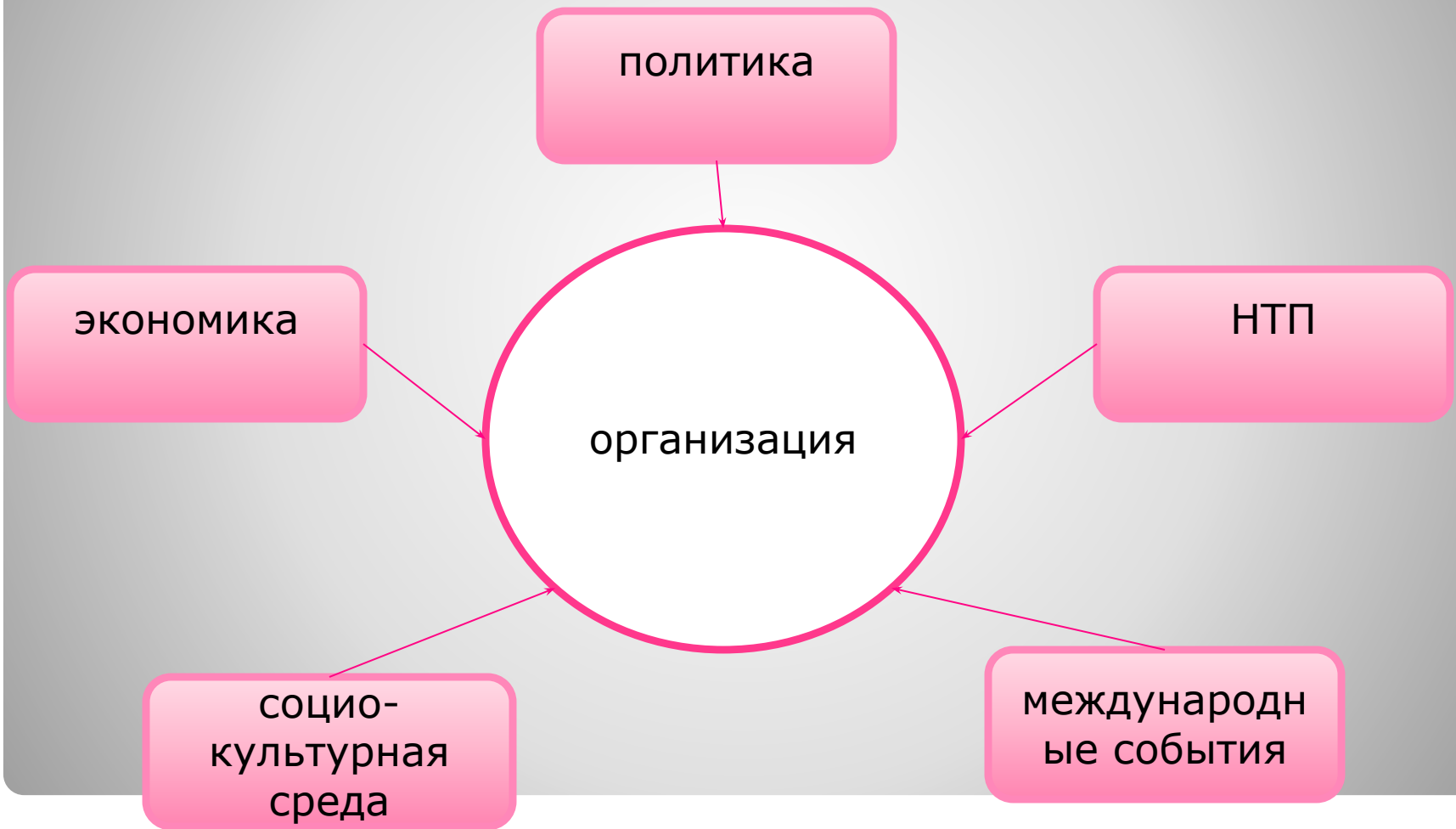
**Все факторы внешней среды
можно условно разделить на две
основные группы:**

- прямого воздействия;
- косвенного воздействия.

● **Под средой косвенного воздействия (макросредой)** понимают факторы, которые могут не оказывать прямого немедленного воздействия на организацию, но сказываются на ее функционировании.

Среда косвенного воздействия оказывает побочное воздействие на предприятие, однако в ряде случаев последствия такого воздействия гораздо существенней, чем влияние среды прямого воздействия.

Среда косвенного воздействия



- **Международные события** необходимо постоянно отслеживать.
- Международный бизнес намного сложнее, чем бизнес внутри страны. Здесь и система законодательства, и таможенная и налоговая политика, трудовые ресурсы, валюта и др.
- Формы реализации международного бизнеса могут быть самыми разнообразными: экспорт (импорт), совместные предприятия, лицензирование, прямые вложения финансовых средств в экономику страны.

- **Политическая среда** оказывает существенное воздействие на бизнес, особенно в динамично развивающихся и нестабильных странах и регионах.
- В России **фактор политической стабильности** – важнейшее условие деятельности предпринимателей как отечественных, так и зарубежных. В менеджменте сильно сказываются события, происходящие в политической среде. Эта среда складывается из правовых положений, государственных учреждений и влиятельных групп общественности, которые оказывают влияние на различные организации и отдельных лиц и ограничивают свободу их действий в рамках общества.

Экономические факторы, или
экономическая среда, представляют
собой совокупность факторов,
влияющих на покупательную
способность потребителей и структуру
потребления.

В структуре экономического фактора, определяющего развитие как большого, так и малого бизнеса, можно выделить такие составляющие:

- 1) **Общее состояние экономики** - рост, стагнация или спад. Общий уровень покупательной способности, платежеспособный спрос населения зависит от уровня текущих доходов, цен, наличия сбережений и доступности кредита.
- 2) **Цены на энергию и энергоносители**. Учет цен на энергию и энергоносители также является важной составляющей общего экономического анализа, необходимого в обосновании любого маркетингового решения.
- 3) **Процентные ставки**.
- 4) **Обменные курсы валют**. Валютный курс - очень динамичная категория. Колебания валют приводят к возникновению различных ситуаций на товарных рынках.
- 5) **Уровень инфляции**. Этот показатель, с одной стороны, является индикатором экономического здоровья страны, с другой стороны, предметом постоянной заботы правительства.
- 6) **Налогообложение**. Налог - обязательный платеж, взимаемый государством как с юридических, так и с физических лиц.

- **Социально-демографические показатели**, особенно тенденции их изменения, представляют для менеджеров большой интерес, так как рынок как совокупность реальных и потенциальных покупателей имеет под собой именно демографическую первооснову.
- **Социальные факторы** - это традиции, принятые в той или иной стране, в том числе по отношению к женщине, людям разного цвета кожи, молодежи, людям преклонного возраста.

В настоящее время для России характерны следующие **наиболее существенные демографические тенденции:**

- 1) Уменьшение абсолютной численности населения.
- 2) Снижение рождаемости.
- 3) Старение населения.
- 4) Изменения в составе семьи. При демографическом анализе вместо понятия «семья» стали пользоваться более широким понятием «домохозяйство», которое представляет собой малую группу, связанную общим жилищем и бюджетом.
- 5) Увеличение доли образованных людей.

Правовая среда организации включает в себя:

- наличие федерально-правовых актов по стандартизации, защите прав потребителя, ценными бумагами, финансами, предпринимательству;
- наличие федерально-правовых актов регулирующих взаимоотношения экономической системы страны;
- качество прокурорского надзора, за соблюдение федерально-правовых актов

- С развитием мировой экономики и увеличением количества предприятий и их мощностей, вовлечением все больших объемов природных ресурсов в производство возрастает значение **экологического фактора** в размещении производительных сил.

Она включает в себя:

- параметры экосистемы страны;
- затраты в бюджете страны на поддержание экосистемы страны.

Природно-климатическая среда

включает:

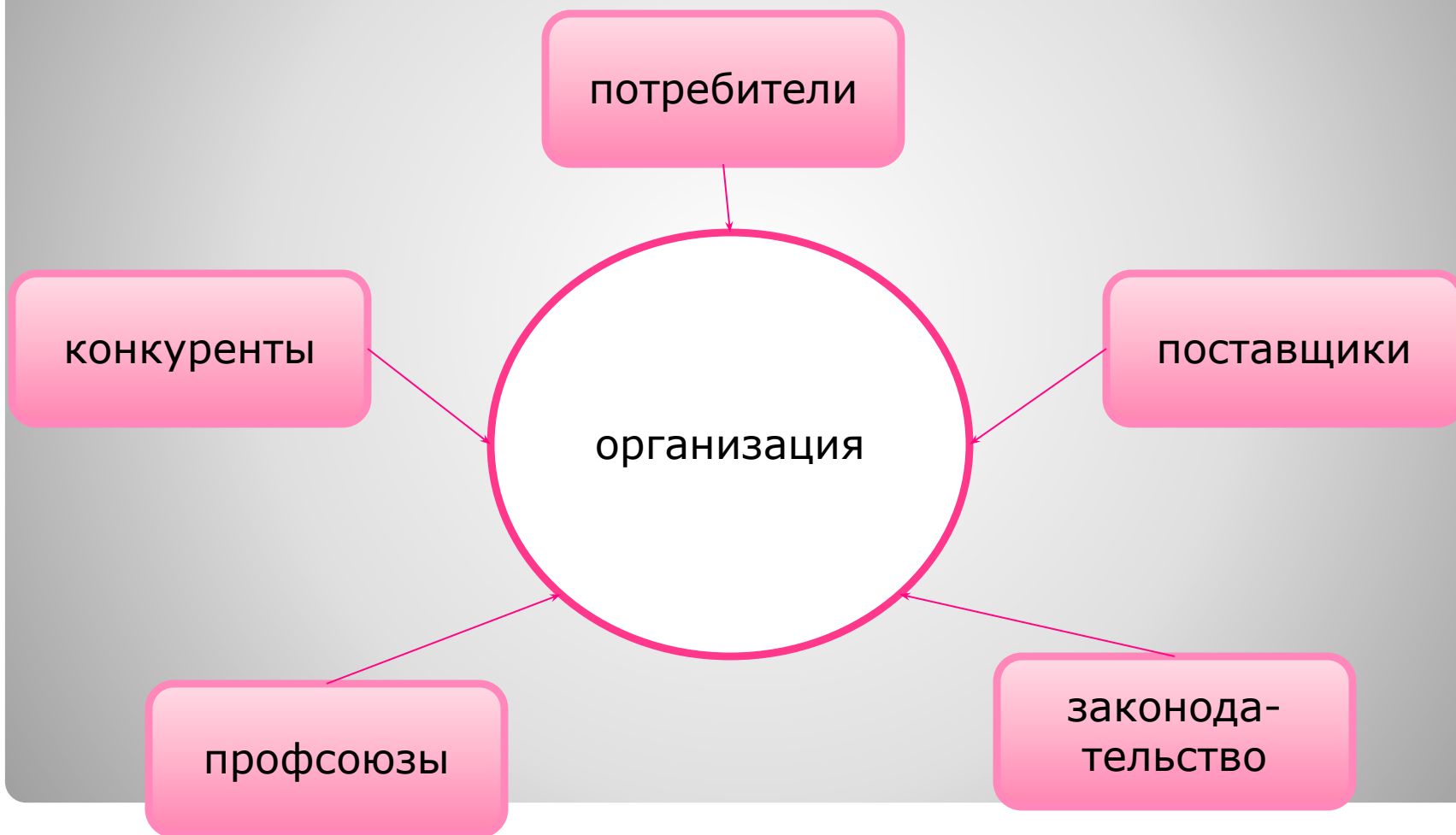
- оценку основных природных ресурсов страны и ее место в мировом сообществе;
- характеристика климатических факторов страны;
- степень использования вторичных ресурсов.

- **Технологические факторы**, или **научно-техническая среда** - явления и процессы, а также отдельные люди и организации, способствующие разработке новых прогрессивных технологий, благодаря которым создаются новые товары, услуги и маркетинговые возможности.
- Научно –технический прогресс характеризует уровень развития науки и техники.

- **Культурная среда** – это процессы, явления, социальные институты, способствующие формированию и восприятию ценностей, вкусов и норм поведения общества.
- Факторы культуры формируют в обществе стиль жизни, работы, потребления и оказывают значительное воздействие практически на все стороны жизни.

- **Среда прямого воздействия (микросреда)** включает факторы, которые непосредственно влияют на деятельность организации.
- К ним относят поставщиков, акционеров, трудовые ресурсы, законы и учреждения государственного регулирования, профсоюзы, потребителей и конкурентов.

Среда прямого воздействия



- ***Поставщики*** обеспечивают удовлетворение потребности организации в различных ресурсах. Основные виды ресурсов: материальные, трудовые, финансовые, информационные.

- Обеспечение материальными ресурсами охватывает поставки сырья и полуфабрикатов, комплектующих деталей и узлов, оборудования, энергии в соответствии с объемами и структурой потребностей, в установленные сроки при выполнении других условий потребителя.
- Обеспечение финансами включает: предоставление в обоснованных объемах и структуре необходимых денежных ресурсов, взаимоотношения с инвесторами, финансовыми и коммерческими структурами, бюджетом, частными лицами.

- Особое место занимает обеспечение организации трудовыми ресурсами, соответствующими ей по количеству, структуре, уровню общей и профессиональной подготовки, возрасту. Наиболее значимым здесь является привлечение высококвалифицированных управленцев высшего звена управления, а также обучение способных руководителей, в том числе внутри организации.

- **Потребители (юридические и физические лица)** - это те лица, которые заинтересованы или могут быть заинтересованы производимыми организацией товарами или услугами. Именно потребители определяют, какую продукцию производить и по какой цене ее можно продать

Принципиально всех потребителей можно разделить на четыре большие группы:

- конечные потребители, или население;
- промышленные потребители, представители различных отраслей хозяйства;
- посредники или торговые организации, которые приобретают товар для перепродажи;
- государство, как хозяйствующий субъект.

- **Конкуренты** влияют на определение стратегии, целей и задач предприятия. Даже успешный сбыт продукции не может в ряде случаев спасти предприятие от краха из-за жесткой позиции конкурентов.
- Каждый руководитель должен осознавать, что если он не будет удовлетворять своих потребителей также эффективно (с определенными качеством и ценой), как и его конкуренты, то долго предприятие в рыночных условиях существовать не сможет.

Под конкурентами подразумеваются не только те компании, которые предлагают такие же товары, но с другой маркой, но и компании, выпускающие заменители.

Таким образом, у любой организации **существуют два вида конкурентов:**

- прямые конкуренты - производители аналогичных товаров
- косвенные конкуренты - производители заменителей

Конкурентная среда также включает:

- анализ качества, цен и конкурентоспособности продукции основных конкурентов;
- прогнозирование конкурентоспособности и удельной цены продукции основных конкурентов;
- прогнозирование рыночной стратегии основных конкурентов

- **Контактные аудитории** - это любые группы, которые проявляют реальный или потенциальный интерес к организации или оказывают влияние на ее способность достигать поставленных целей. Контактная аудитория может способствовать либо противодействовать усилиям предприятия.
- По характеру их подразделяют на благотворные, искомые и нежелательные аудитории.

- **Благотворная аудитория** - группа, интерес которой к организации носит благотворный характер (например, спонсоры).
- **Искомая аудитория** - группа, чью заинтересованность следует искать (например, средства массовой информации).
- **Нежелательная аудитория** - группа, внимание которой лучше не привлекать, но с которой придется считаться, если она каким-то образом проявит себя (например, преступные группировки).

Предприятие окружено контактными аудиториями семи типов:

- 1) финансовые круги;
- 2) средств массовой информации;
- 3) органы государственной власти и управления;
- 4) гражданские группы действий;
- 5) местные органы управления;
- 6) широкая публика;
- 7) внутренние группы действий.

- **Маркетинговые посредники** - это фирмы, помогающие компании в продвижении, сбыте и распространении ее товаров среди клиентуры.
- К ним относятся торговые посредники, фирмы-специалисты по организации товародвижения, агентства по оказанию маркетинговых услуг и кредитно-финансовые учреждения.

Маркетинговые посредники включают в себя такие функции как:

- анализ структуры и стратегии торговых посредников и уточнение стратегии маркетинга продвижение товаров;
- установление связей с кредитно-финансовыми учреждениями;
- налаживание контактов с агентствами по оказанию маркетинговых услуг.

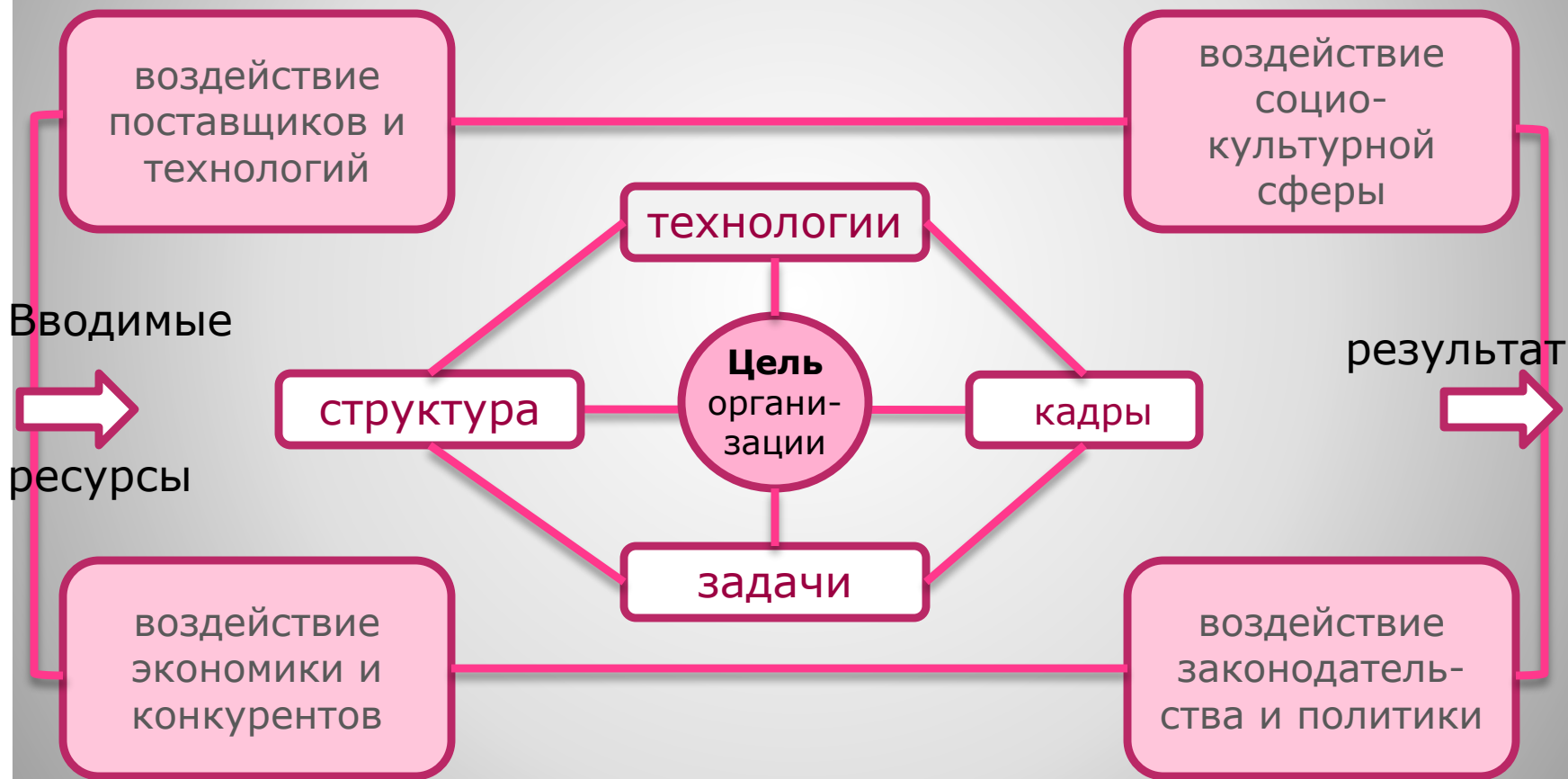
- **Законы и государственные органы** формируют нормативную базу создания и функционирования предприятий, фискальную (налоговую) политику. Трудовое законодательство, многие другие законы и государственные учреждения влияют на организацию, поэтому менеджерам необходимо различать и учитывать действие законов на уровне федеральных и местных властей.
- **Каждая организация** имеет определенный правовой статус, являясь единоличным владением, компанией, корпорацией или некоммерческой корпорацией, и именно это определяет, как организация может вести свои дела и какие налоги должна платить.

Характеристики внешней среды организации:

- ❖ **взаимосвязанность** факторов – сила, с которой изменение одного фактора воздействует на другие
- ❖ **сложность** – число факторов значительным образом влияющих на организацию
- ❖ **подвижность** – относительная скорость изменения среды
- ❖ **неопределенность** – относительное количество информации о среде и уверенность в ее релевантности



Модель влияния внешней среды на организацию



**Благодарим за
внимание!**