

ВНУТРЕННЯЯ И ВНЕШНЯЯ СРЕДА БИЗНЕС ОРГАНИЗАЦИИ



Лектор Мырзаева У.

А.

Современные фирмы как часть общества разнообразными отношениями связаны с внешней средой.

Внешняя среда — это силы, внешние по отношению к организации, которые воздействуют на ее результативность.

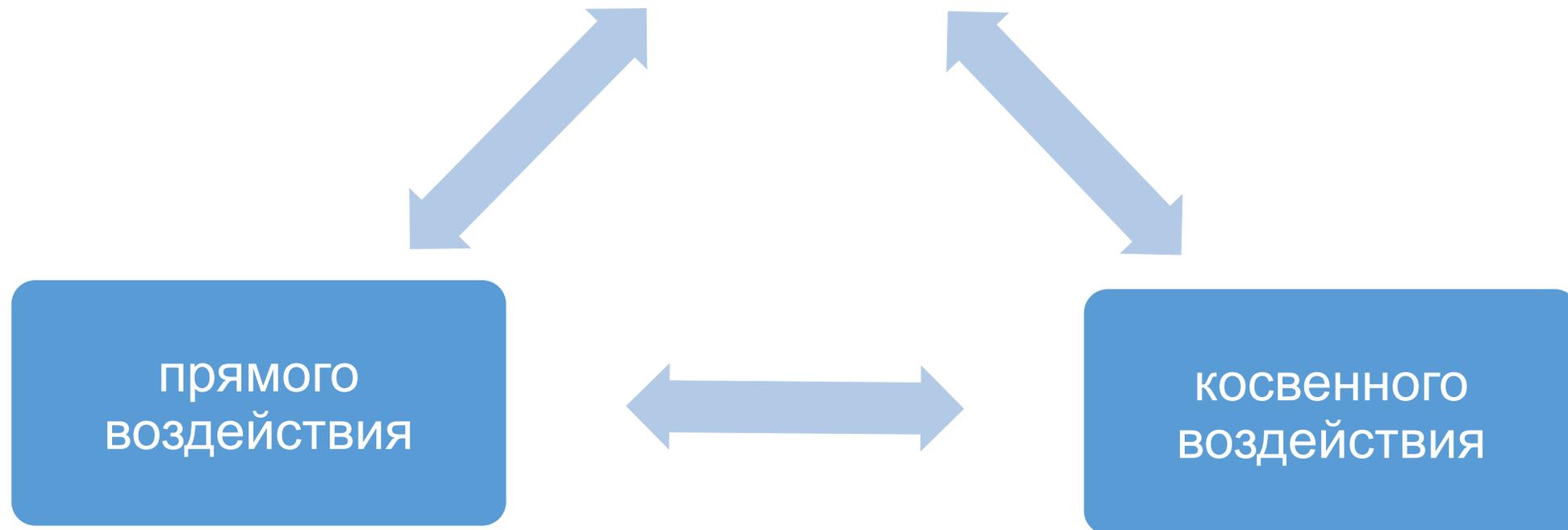
Внешняя среда оказывает разнообразное влияние на организацию, которое может проявляться в различных формах, предоставляя благоприятные условия и возможности для эффективного функционирования либо создавая угрозы для ее существования.

Внешняя среда по-другому называется организационным окружением, которое бывает деловым (микроокружением) и фоновым (макроокружением).



Внешняя среда — это силы, внешние по отношению к организации, которые воздействуют на ее результативность.

Внешние факторы подразделяются на факторы:



Потребители

- Потребители решают, какие товары и услуги для них желательны, то есть они определяют направления и возможности роста организации. В рыночной экономике действует принцип: "Потребитель - король рынка".

Конкуренты

- Руководство предприятия должно понимать, что неудовлетворенные нужды потребителей создают свободные ниши на рынке для конкурирующих организаций.



- **Бизнес среда предприятия: понятие и элементы**
- *Что такое бизнес среда компании? Каковы ее элементы, факторы и степень важности для предпринимателей?*
- Все живые существа на планете, включая человека, живут в определенной среде. Человеческая среда включает семью, друзей соседей, коллег по работе, а также окружающие в пространстве физические объекты — здания, сооружения, дороги и .т. д. Индивидуумы не живут в вакууме. Они взаимодействуют друг с другом и со средой, чтобы жить.



Точно так же как и люди, бизнес тоже функционирует не изолированно. Фирмы, которые остаются пассивными в отношении взаимодействия с окружающей бизнес средой, рискуют постепенно утратить свои позиции и оказаться на обочине гоночной трассы позади конкурентов.

Чтобы добиться успеха в бизнесе, компании должны не только распознавать различные элементы бизнес среды, но и адаптировать к ним свои стратегии развития, оперативно реагировать, уметь предвидеть будущие тренды. Часто в условиях жесткой конкуренции это вопрос выживания.



- Бизнес среда предпринимательства очень изменчива, и руководство компаний должно пристально следить за всеми происходящими изменениями. Иначе существует риск просто исчезнуть с рынка (см. статью про изменения в маркетинге).
- Например, новые законы могут обязать компании получать лицензии для осуществления своей основной деятельности.



Изменения в технологиях могут сказаться на продуктовой линейке — некоторые товары могут стать устаревшими для потребителей, либо на рынке появятся более продвинутые, инновационные аналоги (цветное телевидение вытеснило черно-белое, цифровое вещание вытесняет аналоговое).



- Изменения во вкусах и предпочтениях потребителей также могут оказать огромное влияние на операционную деятельность корпораций.
- Когда-то возросший спрос на джинсы спровоцировал падение спроса на традиционную одежду и как следствие снижение ее производства. Именно поэтому предприниматели должны понимать понятие и сущность внешней среды в бизнесе.



Определение и элементы бизнес среды

- **Бизнес среда** — это совокупность внешних сил, факторов и институтов, оказывающих влияние на функционирование и развитие корпораций, предприятий, фирм различных отраслей экономики.
- К ним относятся: потребители, конкуренты, поставщики, правительство, а также социальные, политические, технологические, законодательные факторы.



Некоторые из перечисленных элементов бизнес среды оказывают прямое влияние на деятельность компаний, другие — косвенное. Например, изменения в налоговом законодательстве прямо влияют на работу предприятий (у руководства нет права выбора, следовать или нет новым нормативным предписаниям), а изменения в потребительских предпочтениях — косвенно (топ-менеджмент может подкорректировать свою маркетинговую стратегию под новые рыночные реалии либо оставить все как есть).



Перечислим несколько определений понятия бизнес среды зарубежных экспертов менеджмента.

Бизнес среда организации — это совокупность всех элементов, которые являются внешними по отношению к компаниям и отраслям экономики и оказывающие на них влияние (Bayard O. Wheeler).

Бизнес среда — это климат, или набор экономических, политических, социальных, институциональных условий, в которых функционирует корпорация (Arthur M. Weimer).

Бизнес среда — это набор факторов, которые могут приводить как к возможностям, так и угрозам для фирмы (Barry M. Richman, Melvyn Copen).



Характеристики бизнес среды

Бизнес среда отличается в зависимости от места, региона, страны

Изменения в бизнес среде непредсказуемы. Предугадать будущие события в экономической и социальной среде крайне тяжело ввиду большого количества переменных

Бизнес среда динамична по своей природе. Это означает, что она постоянно претерпевает изменения



Важность бизнес среды для компаний

- Существует тесное и непрерывное взаимодействие между компаниями и бизнес средой. Оно помогает усиливать рыночные позиции, эффективно использовать ресурсы. Как было указано выше, бизнес среда динамична, мультфакторна и крайне сложна, поэтому степень ее влияния на успех фирмы переоценить крайне тяжело.



Мониторинг, анализ и понимание бизнес среды важен по следующим причинам:

Сильные и слабые стороны. Бизнес среда позволяет определить индивидуальные сильные и слабые стороны компании в контексте технологических и прочих изменений. Например, у компании может быть качественный продукт и низкая себестоимость, но низкий уровень маркетингового персонала.

Угрозы и возможности. В процессе взаимодействия корпораций и бизнес среды выявляются потенциальные благоприятные возможности и угрозы. Это позволяет разработать комплекс эффективных мер. Например, приход на рынок иностранного конкурента может стать угрозой для компании, и она вынуждена будет искать пути эффективного конкурентирования.

Направление роста. Взаимодействие с бизнес средой позволяет менеджменту определиться с общим курсом развития компании.

Брендинг. Бизнес среда позволяет руководству компании анализировать ее имидж и репутацию, а также строить эффективные связи с общественностью.

Конкурентный анализ. Ничто так не стимулирует мозговую деятельность менеджмента корпораций, как действия конкурентов. Именно они заставляют двигаться вперед, разрабатывать более изощренные и хитроумные стратегии, чтобы обойти своих соперников в рыночной гонке.



Среда косвенного воздействия состоит из факторов, которые не оказывают прямого и немедленного воздействия на деятельность организации:

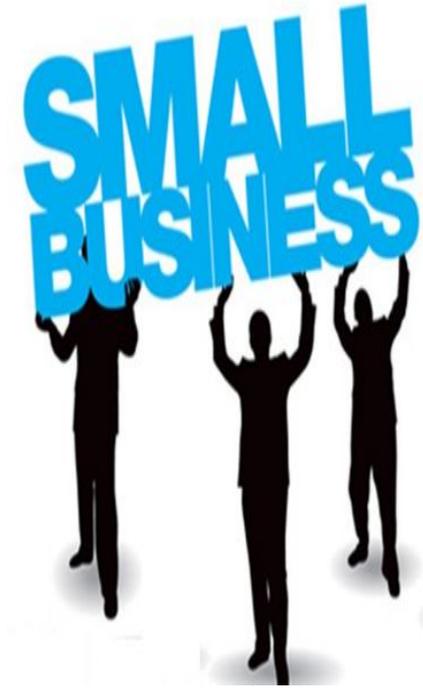
Демографические факторы. Демография — это наука о населении человека в контексте его численности, плотности, распределении и других важных статистических показателях.

Эта информация крайне важна для управления государством и корпорациями. Половозрастная структура населения, уровень образования, доходов, распределение по профессиями — все это и многое другое оказывает колоссальное влияние на бизнес. По сути демографические факторы определяют, какие товары и услуги будут предлагаться на рынке компаниями.

Например, в сезон урожайности растет спрос на дизельное топливо и т.д.



- **Экономические факторы.** Как правило, эти факторы лежат вне пределов контроля и власти корпораций. Например, чтобы потребители покупали товары или услуги, они должны желать этого и иметь достаточно денежных средств. Последнее зависит от дохода покупателей, или если быть точнее располагаемого дохода.
- Располагаемый доход уменьшается, если налоги увеличиваются. Кроме того, если потребители хотят больше сберегать (повышается норма сбережений), то средства на покупку товаров также уменьшаются. Компании не в состоянии влиять на эти процессы.
- Экономическая среда бизнеса включает в себя такие факторы, как процентная ставка, уровень безработицы, размер налогов, обменный курс — классические термины из макроэкономики.
- В большинстве случаев компании могут лишь приспособливаться к этим факторам (хотя бывают случаи, когда могущественные корпорации лоббируют свои интересы в правительстве, то есть прямо влияют на экономические факторы бизнес среды).



Географические факторы. Эти факторы в значительной степени определяют виды отраслей и бизнеса, которые развиты в том или ином регионе. В целом, потребители одной географической зоны имеют схожие вкусы, предпочтения и потребности (сравните портрет типичного покупателя из африканской страны и европейской).

Физические особенности местности, климат, тип флоры и фауны, количество осадков и т.д. — все это влияет на образ жизни людей, их потребности. А последние как раз и формируют бизнес, который эти потребности удовлетворяет. Например, в северных странах востребованы теплые вещи, и совсем не пользуются спросом шлепанцы и зонтики от солнца.



Социальные и культурные факторы.

Менталитет, национальные праздники, обычаи, традиции также являются частью бизнес среды и оказывают на нее влияние. Как правило, компании, оперирующие на домашних рынках, не испытывают проблем с этой группой факторов, т.к. руководство имеет тот же менталитет, что и потребитель.

Трудности и казусы появляются, когда фирмы выходят на внешние рынки сбыта. Здесь социально-культурные факторы проявляются во всей своей красе. Из-за них корпорации терпят убытки в миллионы долларов.



- **Политические факторы.** Все компании испытывают в той или иной степени влияние со стороны правительства и его текущего курса развития государства. Правительство принимает ключевые решения в сфере налогообложения, процентной ставки, таможенных пошлин, лицензирования и т.д.
- Кроме того, оно формирует финансовую стратегию развития экономики государства, что также напрямую сказывается на деятельности фирм.



Все политические факторы бизнес среды можно условно разделить на четыре группы:

- *Долгосрочные факторы* — это совокупность решений правительства, которые окажут влияние на бизнес среду на долгосрочной основе. Например, вступление в международную торговую организацию повлечет за собой последствия, которые будут ощущаться бизнесом многие годы.
- *Быстрые изменения* — внезапные решения правительства, которые практически мгновенно оказывают влияние на деятельность бизнеса. Например, введение эмбарго на вывоз определенного товара скажется на прибыли тех компаний, которые его экспортируют.
- *Циклические изменения* — как правило связаны с выборами, за которыми следует очередная «новая экономическая программа», сулящая лучшую жизнь.
- *Региональные факторы* — связаны с определенными отраслями экономики в определенном регионе. Например, деятельность агроферм в регионе с благоприятными климатическими условиями может дополнительно регулироваться местными нормами закона.



Законодательные факторы. Любая компания в какой бы то ни было стране должна функционировать в правовом поле, которое определяется соответствующей нормативной базой. Процедура регистрации компании, уплата налогов, найм работников, бухгалтерский учет, выход за пределы национальных границ — все это регулируется на законодательном уровне.

Любое изменение в законах может сразу же отразиться на деятельности бизнеса. Например, с 1 июля 2015 в **Украине** определенные категории субъектов предпринимательства должны в обязательном порядке использовать кассовый аппарат. Соответственно, предприниматели должны его приобрести для соблюдения законодательства.



Технологические изменения. Несмотря на то, что эта группа факторов бизнес среды указана последней, она оказывает огромное влияние на бизнес. Сегодня как никогда раньше научно-технический прогресс развивается с фантастической скоростью.

Новые технологии порождают новые компании-гиганты, которые вытесняют с рынка старых «динозавров». Если двадцать лет назад далеко не каждая компания имела компьютер в офисе, то сейчас это такой же неотъемлемый атрибут, как кофе-машина или корзина для мусора.

Таким образом, бизнес среда — это сложный, динамический, непредсказуемый набор факторов, оказывающих влияние на деятельность всех компаний. Понимание и анализ бизнес среды стратегически важно для успешного развития фирмы в условиях жесткой конкуренции, борьбы за каждого клиента и в конечном итоге получения прибыли.



Структура

организации

Структура организации является элементом ее внутренней среды.

Структура организации - взаимоотношения уровней управления с функциональными областями

организации для наиболее эффективного достижения целей.

Схема организационной структуры фирмы:



- Структура организации тесно связана с характерным для нее специфическим разделением труда и требованиями построения системы контроля в организации.
- Любая организация имеет разделение труда, но не просто случайное распределение работы между всем персоналом организации, а специализированное разделение труда. Оно означает закрепление конкретной работы за тем человеком, который лучше всех в организации сможет ее выполнить, то есть за специалистом. Примером может служить разделение управленческих функций между специалистами по финансам, производству, сбыту и т.д.
- Сфера контроля включает в себя совокупность лиц, подчиненных конкретному руководителю. В зависимости от количества этих лиц, различают широкую и узкую сферы контроля. При широкой сфере контроля организация имеет плоскую структуру управления, а при узкой - многоуровневую структуру.

