

Содержание:

Введение

Актуальность данной темы определяется динамичностью формирования факторов, влияющих на эффективное развитие организации и качественную разработку, и принятие управленческих решений.

Организация должна отражать состояние внешней среды. В основе её построения лежат предпосылки экономического, научно-технического, политического, социального или этического характера. Организация должна создаваться так, чтобы она нормально функционировала. Должны обеспечиваться вклад каждого ее члена в общую работу и эффективная помощь работникам в достижении поставленных целей. Она должна оперативно отслеживать все изменения внешней среды, оценивать их и выбирать наилучшую ответную реакцию, способствующую достижению ее целей. Она должна эффективно реагировать на воздействия внешней среды.

Сегодняшние изменения (финансовый кризис, пандемия и прочее) во внешнем мире заставили обратить на внешнюю среду большое внимание. Необходимо учитывать силы, внешние по отношению к организации.

Анализ среды направлен на выявление угроз и возможностей, которые могут возникнуть во внешней среде по отношению к организации, и сильных и слабых сторон, которыми обладает организация, для выработки эффективной стратегии ее взаимодействия с внешним окружением. Для проведения анализа необходимо:

1. Определить основное направление развития организации, взвесить силы и оценить рыночную ситуацию, чтобы понять, возможно ли двигаться в указанном направлении и каким образом это лучше сделать;
2. Поставить перед организацией цели, учитывая ее реальные возможности.

Анализ внешней среды предприятия – это оценка состояния и возможностей дальнейшего развития субъектов организации и факторов окружающей среды – рынки, отрасли, поставщики, а также более глобальные факторы внешней среды, на влияние которых предприятие не может воздействовать.

Внешние факторы влияния - условия, которые организация не может изменить, но должна постоянно учитывать в своей работе: потребители, правительство, экономические условия и т.д. Состояние внешней среды имеет ключевое значение для бизнеса, так как внешняя среда по отношению к организации является объективной средой, т. е. существует независимо, что приводит к необходимости учета ее в своей деятельности. Факт взаимосвязанности особенно значим для мирового рынка. Глобализация экономики превращает среду организации в бурно изменяющуюся. Руководители уже не могут рассматривать внешние факторы изолированно. Новые информационные технологии и средства связи объединяют отдельные страны в единое информационное пространство потребления.

Объект исследования ИП Сергеева Е.В.

Предмет исследования?

Цель исследования - проанализировать влияние среды на деятельность организации. Выявление значения внешней среды для организации, изучение особенности среды прямого и среды косвенного воздействия .

Методы исследования- SWOTанализ

Рассмотрим влияние внешней среды на примереИП Сергеева Е.В.

Глава 1. Теоретические основы взаимодействия коммерческой организации с внешней средой

1.1 Сущность анализа внешней среды предприятия

Внешние факторы влияния - условия, которые организация не может изменить, но должна постоянно учитывать в своей работе: потребители, правительство, экономические условия и т.д. Состояние внешней среды имеет ключевое значение для бизнеса, так как внешняя среда по отношению к организации является объективной средой, т. е. существует независимо, что приводит к необходимости учета ее в своей деятельности.

Организации подобны биологическим организмам. Они приспосабливаются к своей среде, чтобы выжить и сохранить эффективность. Многие факторы внешней среды могут влиять на организацию. Между факторами внешней среды существует некая взаимосвязанность. Эта взаимосвязанность определяется как уровень силы, с которой изменение одного фактора воздействует на другие факторы. К числу внешних факторов, на которые организация вынуждена реагировать относятся: государственные постановления, частое перезаключение договоров с профсоюзами, несколько заинтересованных групп влияния, многочисленные конкуренты и ускоренные технологические изменения.

Внешняя среда также обладает подвижностью. Подвижность среды – это скорость, с которой происходят изменения в окружении организации. Многие исследователи указывают, что окружение современных организаций изменяется с нарастающей скоростью. Существует ещё одна характеристика внешнего окружения – это её неопределённость. Неопределённость внешней среды является функцией количества информации. Если информации мало или есть сомнения в её точности, среда становится более неопределённой. Таким образом, чем неопределённее внешнее окружение, тем труднее принимать эффективные решения.

Для поддержания баланса между организацией и внешней средой необходимо иметь ресурсы для обеспечения жизнедеятельности организации. Поэтому требуется концентрация внимания на выяснении того, какие угрозы и какие возможности таит в себе внешняя среда. Но для того чтобы успешно справляться с угрозами и действенно использовать возможности, отнюдь не достаточно только одного знания о них. Можно знать об угрозе, но не иметь возможности противостоять ей и тем самым потерпеть поражение. Также можно знать об открывающихся новых возможностях, но не обладать потенциалом для их использования и, следовательно, не суметь получить отдачи от них.

Таким образом, анализ среды, направлен на выявление угроз и возможностей, которые могут возникнуть во внешней среде по отношению к организации, и сильных и слабых сторон, которыми обладает организация, для выработки эффективной стратегии ее взаимодействия с внешним окружением. Именно для решения этой задачи и разработаны определенные приемы анализа среды, которые используются в стратегическом управлении. Их достаточно много, например SWOT-анализ:

Внешнее окружение предприятия можно представить в виде двух взаимосвязанных систем: 1. Факторы дальнего окружения, на которые организация

не влияет. 2. Факторы ближнего окружения (возможно частичное влияние)

Основными принципами, которые необходимо учитывать при организации исследования внешней среды являются принципы объективности, системности, развития, регулярности, гибкости и релевантности.

К основным методам анализа внешней среды относится: SWOT-анализ, то есть определение сильных и слабых сторон предприятия, а также возможностей и угроз, исходящих из его ближайшего окружения (внешней среды).

Проведение SWOT-анализа сводится к заполнению матрицы SWOT-анализа. В соответствующие ячейки матрицы необходимо занести сильные и слабые стороны предприятия, а также рыночные возможности и угрозы;

Второй шаг SWOT-анализа — это оценка рынка. Этот этап позволяет оценить ситуацию вне предприятия - увидеть возможности и угрозы. Методика определения рыночных возможностей и угроз практически идентична методике определения сильных и слабых сторон предприятия. Необходимо выбрать из всего списка возможностей и угроз наиболее важные, и занести их в соответствующие ячейки матрицы SWOT-анализа

Третий шаг сопоставление сильных и слабых сторон предприятия с возможностями и угрозами рынка. Сопоставление сильных и слабых сторон, чтобы найти способ нейтрализовать угрозу, воспользоваться удобным моментом.

Для сопоставления возможностей предприятия условиям рынка применяется немного видоизмененная матрица SWOT-анализа. Заполнив такую матрицу можно увидеть результат: определены основные направления развития предприятия; сформулированы основные проблемы предприятия, подлежащие скорейшему решению для успешного развития бизнеса.

1.2 Субъекты и факторы внешней среды предприятия.

Среду прямого воздействия еще называют непосредственным деловым окружением организации. Это окружение формируют такие субъекты среды, которые непосредственно влияют на деятельность определенной организации. К ним относят следующие субъекты: поставщики, потребители, конкуренты, законы

и государственные органы. Факторы среды косвенного воздействия или общее внешнее окружение обычно не влияют на организацию так же заметно, как факторы среды прямого воздействия. Однако менеджеру необходимо постоянно вести их учет, так как среда косвенного воздействия обычно сложнее, чем среда прямого воздействия. Макроокружение создает общие условия существования организации во внешней среде. К основным факторам косвенного воздействия относятся: технологические, экономические, социокультурные и политико-правовые, а также международные изменения. В таблице 1 приведено содержание элементов косвенного влияния внешней среды.

"Основные элементы внешней среды" Таблица 1

Элемент внешней среды	Содержание элемента
Экономическая среда	Инфляция сокращает покупательную способность потребителей, новые налоги могут изменить распределение доходов, уровень процентных ставок на капитал может сделать выгодными или невыгодными инвестиции в новые предприятия
Политическая обстановка	Изменения в правительстве могут повлиять на степень поддержки частного предпринимательства, изменить отношение к общественному сектору, политическая нестабильность может привести к тому, что долгосрочные инвестиции окажутся рискованными
Юридическая среда	Изменения в законодательстве, касающиеся деятельности предприятий, могут поощрять или, наоборот, угнетать те или иные направления предпринимательства
Технологическая среда	Новые технологии могут привести к повышению конкурентоспособности или ее снижению, если успеха в разработке новых технологий добился конкурент

Социально-культурная среда	Появление новых фасонов, новой моды может создать новые возможности. Новые специальные идеи могут привести к определенным ограничениям
Природно-климатическая, географическая обстановка	Хороший или плохой урожай сразу же отражается на уровне цен
Демографическая ситуация	Переселение людей, изменения в показателях рождаемости и смертности оказывают соответствующее воздействие на уровень спроса

Факторы внешнего окружения взаимосвязаны. Взаимосвязанность факторов внешней среды это сложность, подвижность, неопределенность. Под взаимосвязанностью факторов внешней среды понимается уровень силы, с которой изменение одного фактора воздействует на другие факторы. Так же, как изменение любой внутренней переменной может сказываться на других, изменение одного фактора внешнего окружения может обуславливать изменение других. Взаимосвязи и вектора влияния факторов внешней среды зачастую очень сложно предугадать. Положительные изменения для фирмы иногда могут привести и кажущиеся на первый взгляд негативными изменения.

Сложность внешней среды - это число факторов, на которые производственная система обязана реагировать в целях своего выживания, а также уровень вариаций каждого фактора.

Подвижность (динамичность) среды - это скорость, с которой происходят изменения в окружении предприятия.

Неопределенность внешней среды является функцией, зависящей от количества информации, которой располагает предприятие по поводу конкретного фактора внешней среды, а также функцией уверенности в точности располагаемой информации.

Отношения предприятия с внешней средой динамичны, они никогда не бывают статичными. Для внешней среды характерно наличие множества связей между

ее элементами, которые условно можно разделить на две основные группы: "вертикальные" ; "горизонтальные".

"Вертикальные" связи отражают взаимоотношения предприятия с государственными органами управления как республиканского, так и регионального уровня.

"Горизонтальные" связи обеспечивают непрерывность процессов производства и реализации продукции, отражают взаимоотношения производителей с поставщиками материальных ресурсов, с покупателями продукции, с деловыми партнерами и конкурентами.

Во внешней среде функционирования субъектов хозяйствования различают два уровня: макроуровень (макросреда) и микроуровень (микросреда).

На каждом из уровней действует своя группа факторов, оказывающих влияние на деятельность субъекта хозяйствования.

На макроуровне определяются факторы: природные и экологические, социально-демографические и политические.

На микроуровне на хозяйственную деятельность воздействуют такие факторы, как рыночная конъюнктура, форма и теснота партнерских связей, складывающиеся отношения с поставщиками и потребителями, степень развития рыночной инфраструктуры.

1.3 Влияние внешней среды на предприятие

Во внешней среде постоянно протекают динамичные процессы изменений, постоянно что-то исчезает и что-то появляется. Одна часть из этих процессов открывает новые возможности для организации, создает для нее благоприятные условия. Другая часть, наоборот, создает дополнительные трудности и ограничения. Для того чтобы успешно выживать в долгосрочной перспективе, организация должна уметь предвидеть то, какие трудности могут возникнуть на ее пути в будущем, и то, какие новые возможности могут открыться для нее.

Помимо этого в составе экономической среды функционирования предприятия выделяется среда прямого и косвенного воздействия.

Среда прямого воздействия включает следующие факторы, непосредственно влияющие на хозяйственную деятельность предприятия:

1. государство;
2. поставщики (материальных и финансовых ресурсов);
3. рынок труда (источник трудовых ресурсов);
4. правовое пространство (законы, законодательные и нормативные акты, деятельность в экономической среде);
5. потребители;
6. конкуренты;
7. общественные структуры (экологические организации, профессиональные союзы и т.д.).

Среда косвенного воздействия включает факторы, которые не оказывают прямого и немедленного воздействия на деятельность организации – *ситуационные* (отражающие экономическую ситуацию в стране, мире, особенности межгосударственных отношений и др.);

инновационные (формирующие потенциал для ускоренного развития субъекта хозяйствования, отрасли, страны и генерируемые научно-техническим прогрессом);

социокультурные (включающие комплекс жизненных ценностей, традиций и обычаев, принятых в стране);

Внутренняя среда оказывает не меньшее влияние на деятельность организации.

Внутренняя среда представляет собой совокупность условий и системы взаимосвязей между подразделениями субъекта хозяйствования, позволяющих ему эффективно реализовать цели своей деятельности. Элементами внутренней среды являются: - структура функциональных обязанностей, - структура обмена услугами, - информационная структура, - ресурсно-технологическая структура, - структура трудовых ресурсов,

- организационная культура, понимаемая как совокупность норм и правил, регулирующих взаимодействия между членами трудового коллектива и являющихся выражением их коллективных знаний и опыта.

Факторы, действующие во внутренней и внешней среде взаимосвязаны и взаимообусловлены. Взаимосвязанность факторов отражает уровень силы, с которой изменения одного фактора вызывает немедленное воздействие на

характер проявления другого фактора.

Для того чтобы хозяйствующий субъект имел реальную возможность реализовать поставленные цели и решить соответствующие задачи необходимо уделить пристальное внимание организационной структуре и принципам ее построения, что особенно актуально в условиях нарастания информационных потоков.

Глава 2. Анализ взаимодействия коммерческой организации с внешней средой на примере ИП Сергеева Е.В.

2.1. Организационно-экономическая характеристика предприятия.

Внешнее окружение предприятия можно представить в виде двух взаимосвязанных систем: 1. Факторы дальнего окружения, на которые организация не влияет. 2. Факторы ближнего окружения (возможно частичное влияние). Основными принципами, которые необходимо учитывать при организации исследования внешней среды являются принципы объективности, системности, развития, регулярности, гибкости и релевантности.

К основным методам анализа внешней среды относится: SWOT-анализ, то есть определение сильных и слабых сторон предприятия, а также возможностей и угроз, исходящих из его ближайшего окружения (внешней среды). Проведение SWOT-анализа сводится к заполнению матрицы SWOT-анализа. В соответствующие ячейки матрицы необходимо занести сильные и слабые стороны предприятия, а также рыночные возможности и угрозы;

Изучение ближнего окружения ИП Сергеева Е.В. направлено на анализ состояния тех составляющих внешней среды, на которые организация может оказывать существенное влияние.

1. Потребители. Целью любой организации в сфере получения прибыли является завоевание потребителя.

Основными покупателями данного магазина являются жители поселка, поэтому по результатам наблюдений и подсчетов количества посетителей магазина построен портрет потребителей (рис. 1).



Рисунок 1 . Портрет потребителей магазина "Радуга", в %

Из данной диаграммы можно сделать вывод, что основные покупатели (44%) - люди среднего возраста, экономически активное население. Количество покупателей женщин 26%, что вполне соответствует статистике, так как потенциальные клиенты продуктовых магазинов это женщины.

Как показывает практика, доля мужчин значительно меньше. Она составляет 18% общего числа посетителей.

Мужская часть в данной торговой организации интересуются в основном табачной продукцией.

В летнее время, когда открывается рыбный сезон, число посетителей возрастает в 2 раза, так как в магазине закупаются заводы находящиеся как на территории поселка, так и за его пределами.

По уровню дохода на одного человека они распределялись следующим образом: 39% имели ежемесячный доход от 15 до 20 тысяч рублей на одного человека.

Это объясняется тем, что основной заработок в поселке это путина, а средняя зарплата варьируется в пределах от 15 до 30 тысяч рублей в зависимости от рода занятий (рисунок 2).

■ 15-20 ■ 21-25 ■ 26-30 ■ 35 и выше.

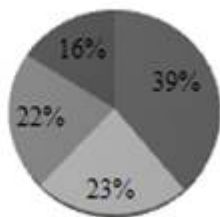


Рисунок 2. Уровень дохода на одного человека (в тыс. рублях)

По роду занятий среди клиентов компании преобладали пенсионеры - 35%, служащие - 24%, не работают - 19%, студенты и предприниматели по 10%, 12%.

Конкуренция в поселке находится на высоком уровне, так как на два километра приходится около 15 магазинов, которые занимаются одной и той же деятельностью - продажей продуктов питания и бытовой химии.

Для оценки конкурентоспособности коммерческой деятельности ИП Сергеевой по магазину «Радуга» были выбраны несколько однотипных магазинов, занимающихся розничной торговлей продуктами питания. Сравнение основных конкурентов магазина представлено в таблице (табл.2).

Таблица 2

Сравнение ИП Сергеева Е.В. и основных конкурентов

Название организаций	Магазин "Радуга"	ООО "Орлан"	Сеть продуктовых магазинов "Диана"
ИП Сергеева Е.В.			
Месторасположение	Оживленное место, рядом почта, автобусная остановка, администрация	Менее оживленное место, рядом школа и больница, далеко от остановки	Центральная улица, неживленное место, далеко от остановки

Режим работы	Ежедневно 10:00-20:00	Ежедневно 9:00-21:00	Круглосуточно
Метод расчета	Наличный	Наличный	Наличный
Методы продажи товаров	Через прилавок	Через прилавок	Самообслуживание
Ценовая политика	Средние цены	Средние цены	Средние цены
Качество обслуживания	Высокое	Среднее	Низкое
Фирменный стиль	Не до конца проработан	Отсутствует	Не до конца проработан

Таким образом, магазин "Радуга" является торговым предприятием со средней конкурентоспособностью, выдерживает конкуренцию среди небольших магазинов.

Сеть продуктовых магазинов "Диана" выгодно отличается от конкурентов режимом работы и современным методом продажи товаров (самообслуживание). Также за счет того, что предприятие открылось совсем недавно, то у них наблюдается достаточное яркое внешние и внутренне оформление магазина, что привлекает клиентов, но отсутствует целостный фирменный стиль.

Магазин "Радуга" отличается от своих конкурентов качеством обслуживания и выгодным месторасположением, которое в свою очередь обеспечивает большую проходимость магазина и увеличение прибыли. Фирменный стиль магазина есть, но он требует доработки.

В 2012 году ООО "Орлан" открыл бар, это привело к увеличению известности и к снижению конкурентных преимуществ магазина "Радуга".

3. Поставщики. Анализ поставщиков позволяет сделать вывод о том, что существуют как долговременные соглашения с заводами-производителями, так и разовые закупки у различных поставщиков.

Поставщиками магазина являются как крупные организации, так и маленькие предприятия, находящиеся на базе 8 - го и 9 - го километра (таб. 3)

Таблица 3

Поставщики продукции, реализуемой в магазине "Радуга

Поставщики	Продукция
ООО"Шамса-Боттелрс"	Бакалейные товары; Безалкогольные напитки; Мука и макаронные изделия; Чай, кофе, какао,пряности;
ООО "Агротек"	Колбасные изделия.
ООО "Молокозавод"	Молочные продукты и напитки
ОАО "Кампиво"	Пиво
ООО "Партнер"	Табачные изделия
ТД "Воланд"	Алкогольные напитки

Предприятия базы 8 км Фрукты, овощи

Предприятия базы 9 км Бытовая химия

ООО "ТПК "Гранд-Айс" Мороженая продукция

За последнее время число поставщиков сократилось с 15 до 9. Причиной этому послужила не только отдаленность поселка от Петропавловска на Камчатке, но и качество дороги. Многим поставщикам не выгодно ездить по такой дороге в отдаленный поселок для поставки небольшого количества продуктов.

Но многолетнее сотрудничество с остальными поставщиками позволяет добиться более благоприятных условий по цене и оплате, что выгодно отличает предприятие от существующих конкурентов.

2.2 Оценка влияния внешней среды на деятельность коммерческой организации

- Государственные органы.

Взаимодействие между покупателями и продавцами попадает под действие многочисленных правовых ограничений. В нашей стране это, в первую очередь, федеральный закон о торговле. Состояние законодательства часто характеризуется не только его сложностью, но и подвижностью, а иногда и неопределенностью.

Законодательное регулирование торговой деятельности в Российской Федерации началось с принятием Федерального закона от 28 декабря 2009 года №381-ФЗ "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" Влияние данного закона на организацию имеет два направления:

1. Отрицательное влияние - закон уменьшает барьеры входа в отрасль, тем самым увеличивает конкуренцию на данном рынке.
2. Положительное влияние - закон создает порядок осуществления торговой деятельности, устраняет давление со стороны поставщиков, органов власти и местного самоуправления.

Далее будут проанализированы факторы, имеющие косвенное воздействие на организацию (рис. 3):



Рисунок 3. Влияние факторов косвенного воздействия на ИП Сергеева Е.В.

Среда косвенного воздействия обычно сложнее, чем среда прямого воздействия. Поэтому при ее исследовании обычно опираются, прежде всего, на прогнозы.

Основные характеристики макросреды магазина "Радуга", которые имеют негативное влияние на данное предприятие, это преимущественно:

Социальные факторы:

- Демографический фактор.

В период прохождения производственной практики было выявлено, что на протяжении нескольких лет наблюдается ухудшение демографической ситуации в поселке Октябрьский. Это происходит за счет снижения уровня рождаемости и старения населения. Предприятию необходимо расширить ассортимент дешевой продукции.

Нестабильность численности населения. Население поселка Октябрьский охотно меняет место жительства, по причине не развитой инфраструктуры, за исключением людей пенсионного возраста, так как они не желают что - либо менять в своей жизни.

Из-за оттока населения среднего возраста уменьшается количество покупателей способных потратить большую сумму на покупку продуктов, вследствие чего, уменьшается прибыль организации.

- Экономические факторы:

Увеличение уровня безработицы. Количество рабочих мест в поселке ограничено, в силу также не развитой инфраструктуры. Отсутствие постоянной работы у жителей поселка приводит к снижению количества покупок, и в следствии, к снижению прибыли организации.

Большое количество людей с низким уровнем дохода. Помимо отсутствия рабочих мест в поселке, жители поселка также получают низкую заработную плату.

Единственное время для хорошего заработка это рыбный сезон, а в остальное время люди вынуждены сокращать свои потребности и в следствии реже ходить в магазин. Прибыль предприятия от этого снижается. В целях сохранения прибыли организации следует реализовывать товар различных ценовых категорий.

Ухудшение политической обстановки. За последнее время произошли сильные изменения в политической ситуации. За счет повышения цен у поставщиков, предприятие вынуждено также повысить цены, чтобы покрыть расходы. Организации необходимо искать пути для снижения цен на товары за счет уменьшения издержек.

Именно на эти факторы организация должна ориентироваться в первую очередь, для предотвращения негативных последствий от влияния данных факторов.

Выявлены также факторы, которые положительно сказываются на деятельности организации.

- Социальные факторы:

Деградация населения. К деградации населения в данном случае относится приобщения жителей к принятию алкогольных напитков. На развитие населения этот фактор влияет отрицательно, но на деятельность торгового предприятия, занимающегося также продажей алкогольных напитков, этот фактор влияет положительно. Увеличения ассортимента дешевой алкогольной продукции увеличит прибыль организации.

- Технологические факторы

Широкое распространение средств автоматизации розничной торговли. С ростом технического прогресса в области розничной торговли растет потребность торговых предприятий переходить на новое техническое обеспечение. В данном случае переход на безналичную систему расчетов, увеличит количество посетителей и прибыль предприятия.

- Экономические факторы

Увеличение пенсии. Так как магазин "Радуга" занимается поддержкой пенсионеров, увеличение пенсии положительно сказывается на деятельности организации. Увеличения объема покупаемой продукции, увеличит прибыль организации и позволит сохранить количество постоянных покупателей.

Организационно-экономическая характеристика организации .. Для того чтобы определить сильные и слабые стороны предприятия необходимо: Составить перечень параметров, по которому будет оцениваться предприятие;

По каждому параметру определить, что является сильной стороной предприятия, а что — слабой; Берется список параметров (маркетинг, финансы, инновации) и заполняется таблица см-таблица 1,2,3 сильные и слабые стороны

Таблица1

Пример определение сильных и слабых сторон ИП Сергеева Е.В

Параметры оценки	Сильные стороны	Слабые стороны
1.Организация	Высокий уровень квалификации руководящих сотрудников предприятия	Низкая заинтересованность рядовых сотрудников в развитии предприятия
2. Производство	Высокое качество выпускаемых товаров Проверенный и надежный поставщик комплектующих	Высокая степень износа оборудования — до 80% по отдельным группам Себестоимость продукции на 10% выше, чем у основных конкурентов

Таблица 2

Определение рыночных возможностей и угроз

Параметры оценки	Возможности	Угрозы
------------------	-------------	--------

1. Конкуренция	Повысились барьеры входа на рынок: с этого года необходимо получать лицензию на занятие данным видом деятельности	В этом году ожидается выход на рынок крупной иностранной компании-конкурента
2. Сбыт	На рынке появилась новая розничная сеть, которая в данный момент выбирает поставщиков	С этого года наш крупнейший оптовый покупатель определяет поставщиков по результатам тендера

Необходимо выбрать из всего списка возможностей и угроз наиболее важные, и занести их в соответствующие ячейки матрицы SWOT-анализа.

2.3 Анализ внешней и внутренней среды организации

Сильные стороны предприятия — то, в чем оно преуспело или какая-то особенность, предоставляющая дополнительные возможности. Сила может заключаться в имеющемся опыте, доступе к уникальным ресурсам, наличии передовой технологии и современного оборудования, высокой квалификации персонала, высоком качестве выпускаемой продукции и т.п.

Слабые стороны предприятия — это отсутствие чего-то важного для функционирования предприятия или что-то, что пока не удается по сравнению с другими компаниями и ставит предприятие в неблагоприятное положение. В качестве примера слабых сторон можно привести слишком узкий ассортимент выпускаемых товаров, плохую репутацию компании на рынке, низкий уровень сервиса и т.п.

Рыночные возможности — это благоприятные обстоятельства, которые предприятие может использовать для получения преимущества. В качестве примера рыночных возможностей можно привести ухудшение позиций конкурентов, резкий рост спроса, появление новых технологий производства продукции т.п. Следует отметить, что возможностями с точки зрения SWOT-анализа являются не все возможности, которые существуют на рынке, а только те, которые можно использовать.

Рыночные угрозы — события, наступление которых может оказать неблагоприятное воздействие на предприятие. Примеры рыночных угроз: выход на

рынок новых конкурентов, рост налогов, изменение вкусов покупателей, снижение рождаемости и.т.п.

Сопоставление сильных и слабых сторон предприятия ИП Сергеева Е.В возможностями и угрозами рынка.см-Матрица SWOT-анализа

Таблица 3

Матрица SWOT-анализа

	Возможности	УГРОЗЫ
	1. Появление новой розничной сети	1.Появление крупного конкурента
Сильные стороны	1.Как воспользоваться возможностями? Попытаться войти в число поставщиков новой сети, сделав акцент на качестве нашей продукции	2.За счет чего можно снизить угрозы? Удержать наших покупателей от перехода к конкуренту, проинформировав их о высоком качестве нашей продукции
1.Высокое качество продукции		
Слабые стороны	3.Что может помешать воспользоваться возможностями? Новая сеть может отказаться от закупок нашей продукции, так как наши оптовые цены выше, чем у конкурентов	4.Самые большие опасности для фирмы. Появившийся конкурент может предложить рынку продукцию, аналогичную нашей, по более низким ценам
1.Высокая себестоимость продукции		

Заполнив такую матрицу можно увидеть результат:

1. определить основные направления развития предприятия.
2. сформулировать основные проблемы предприятия, подлежащие скорейшему решению для успешного развития бизнеса.

На основании проведенного исследования можно определить основные направления развития предприятия ИП Сергеева Е.В, имея ввиду высокое качество

продукции, продаваемой в магазинах предприятия, доступ к уникальным ресурсам, появление новых технологий производства продукции, услуги проверенного и надежного поставщика, рост спроса покупателей, проинформированных о высоком качестве продукции, поддержкой пенсионеров, увеличения объема закупаемой продукции, переход на безналичную систему расчетов, что увеличит прибыль организации и позволит сохранить количество постоянных покупателей и приобрести новых. Сила может заключаться в имеющемся опыте.

Заключение

Сегодняшние изменения во внешнем мире заставили обратить на внешнюю среду ещё большее внимание, чем когда-либо, что хорошо видно на примере очень небольшого и отдаленного предприятия «ИП Сергеева Е.В».

Внешнее окружение организации всё больше становится источником проблем для современных руководителей. По сути дела, руководители самых важных для общества организаций – деловых, образовательных, государственных – под влиянием недавних событий в мире были вынуждены сосредоточить внимание на быстро изменяющейся среде и её воздействиях на внутреннее строение организации.

Даже если бы изменения не были столь значительны, руководителям всё равно пришлось бы учитывать среду, поскольку организация как открытая система зависит от внешнего мира в отношении поставок ресурсов, энергии, кадров, а также потребителей. Поскольку от руководства зависит выживание организации, менеджер обязан уметь выявлять существенные факторы в окружении, которые повлияют на его организацию. Взвесить силы и оценить рыночную ситуацию, чтобы понять, возможно ли двигаться в указанном направлении и каким образом это лучше сделать.

Поставить перед организацией цели, учитывая её реальные возможности. Таким образом, анализ среды, направлен на выявление угроз и возможностей, которые могут возникнуть во внешней среде по отношению к организации, и сильных и слабых сторон, которыми обладает организация, для выработки эффективной стратегии ее взаимодействия с внешним окружением.

Таким образом, анализ среды, направлен на выявление угроз и возможностей, которые могут возникнуть во внешней среде по отношению к организации, и сильных и слабых сторон, которыми обладает организация, для выработки эффективной стратегии ее взаимодействия с внешним окружением. Задача менеджмента состоит в том, чтобы обеспечивать жизнедеятельность организации, поддержание баланса между организацией и внешней средой, обеспечение ресурсами.

Список литературы

Материалы взяты из источников: https://works.doklad.ru/view/Wdx0_q80Dxl/all.html,
https://sinref.ru/000_uchebniki/00800economica/000_lekcii_menejment_02/183.htm,
https://studbooks.net/819627/marketing/analiz_vneshney_sredy_magazina_raduga<https://sinref.ru/>
<https://dozent.ucoz.ru/load/54-1-0-83>
<https://research-journal.org/economical/ocenka-vliyaniya-faktorov-vneshnej-sredy-n>
<https://school16rostov.ru/prochee/typy-organizatsij-po-vzaimodejstviyu-s-vneshnej-sredoj-spravochnik-studenta.html> a-effektivnuyu-deyatelnost-organizacii/
<https://marketing.wikireading.ru/17261>
<https://www.rea.ru/ru/org/cathedries/markkaf/PublishingImages/Pages/studymaterials/>