



Государственное казенное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«РОССИЙСКАЯ ТАМОЖЕННАЯ АКАДЕМИЯ»

Кафедра управления



Презентация по дисциплине «Общий менеджмент»
на тему:

**АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ВНЕШНЕЙ И ВНУТРЕННЕЙ
СРЕДЫ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ЕЕ РАЗВИТИЯ.**

Выполнила: Нуралиева Ж.Н.

T092



Содержание



Введение

1. Анализ внутренней среды

2. Анализ внешней среды

3. Методы анализа внутренней и внешней среды
организации

3.1 SWOT- анализ

3.2 SNW – анализ

3.3 PEST – анализ

Вывод

Список использованной литературы



Введение



Любая организация находится и функционирует в среде. Каждое действие всех без исключения организаций возможно только в том случае, если среда допускает его осуществление. Внешняя среда является источником, питающим организацию ресурсами, необходимыми для поддержания ее внутреннего потенциала на должном уровне. Организация находится в состоянии постоянного обмена с внешней средой, обеспечивая тем самым себе возможность выживания. Но ресурсы внешней среды не безграничны



Анализ внутренней среды



Внутренняя среда организации – это ситуационные факторы внутри организации.

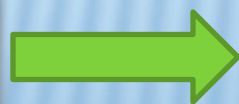
Цели



конкретные, конечные состояния или желаемый результат, которого стремится добиться группа, работая вместе.



Основной цель



получение прибыли. Прибыль это ключевой показатель организации.



Анализ внутренней среды



Задачи

определенная работа, серия работ, которая должна быть выполнена заранее установленным способом в заранее определенные сроки.

Все многообразие внутренней среды предприятия можно свести к следующим укрупненным сферам:

- производство;
- маркетинг и материально-техническое снабжение (МТС);
- НИОКР;
- финансовое управление, бухгалтер и отчетность;
- общее управление.



Анализ внешней среды



Внешняя среда - это совокупность активных хозяйствующих субъектов, экономических, общественных и природных условий, национальных и межгосударственных институциональных структур и других внешних условий и факторов, действующих в окружении предприятия и влияющих на различные сферы его деятельности.

**Сложность
внешней среды**

число факторов, на
которые
организация
обязана
реагировать

Внешние факторы влияния - условия, которые организация не может изменить, но должна постоянно учитывать в своей работе: профсоюзы, правительство, экономические условия.





Анализ внешней среды



Прямое воздействие

Характер и состояние рыночных отношений

Хозяйственные факторы фирмы

Косвенное воздействие

Регулирование предпринимательской деятельности

Общэкономические

Общеполитические



Анализ внешней среды



**Внешнюю среду можно охарактеризовать
следующими качествами:**

взаимосвязанность факторов

подвижность

сложность

неопределенность



Анализ внешней среды



Анализ внешней среды - процесс, предназначенный для контроля внешних факторов среды с целью определения перспективных возможностей организации и грозящих ее опасностей.

Внешняя среда



микросреда - среду прямого влияния на предприятие, которую создают поставщики материально-технических ресурсов, потребители продукции (услуг) предприятия и др.



макросреда, влияющая на предприятие и его микросреду. Она включает природную, демографическую, научно-техническую, экономическую, экологическую, политическую и международную среду



Методы анализа внутренней и внешней среды организации



Метод, который используют для диагностики внутренних проблем, называется управленческим обследованием. Управленческое обследование представляет собой методичную оценку функциональных зон организации, предназначенную для выявления ее стратегически сильных и слабых сторон. В управленческое обследование включаются пять функций - маркетинг, финансы, (операции) производство, человеческие ресурсы, а также культура и образ корпораций.

Существует большое количество методов анализа внутренней и внешней среды организации, рассмотрим некоторые из них:

SWOT- анализ

PEST – анализ

SNW – анализ

Профиль среды



Вывод



Анализ внутренней и внешней сред — это очень важный для выработки стратегии организации и очень сложный процесс. Очевидно, что, не зная, что происходит во внешнем окружении и не развивая свои внутренние компетентные стороны, компания очень скоро начнет терять конкурентное преимущество, а затем может просто исчезнуть с рынка. В силу вышесказанного можно сделать вывод, что единственно правильным вариантом поведения компании для достижения эффективного долгосрочного функционирования и успешного развития является уделение повышенного внимания осуществлению анализа внешнего и внутреннего окружения. Это подразумевает проведение комплексного анализа, который может быть проведен с использованием вышеперечисленных методик, который дает достаточно ясное и объективное представление о конкурентном положении компании. Только при этом условии можно рассчитывать на эффективность принимаемых стратегических и оперативных управленческих решений.



Список использованной литературы



1. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. «Основы менеджмента», 3-е издание. М: Вильямс, 2008.
2. Виханский О.С., Наумов А.И. «Менеджмент», 4-е издание. М: Экономистъ, 2006.
3. Яцушко А.Н. «Общий менеджмент. Методологические основы» Курс лекций. М: РИО РТА 2002.