

«Внутренняя и внешняя среда организации»

Работу выполнили студентки
2 курса, заочного отделения
Факультета экономики,
группы ФЭК_Фик
Панченко Дарья
Молгачева Розалия

Организация

Термином «**организация**» чаще всего обозначают сформированное из производственных структур предприятие.

В Американском менеджменте организация сознательно координируется для достижения



Среда организации

Все предприятия функционируют в определенной среде. Выживание их в долгосрочном периоде зависит от соответствия их деятельности требованиям среды. Различают внутреннюю и внешнюю среду.

- **Внутренняя** среда включает основные элементы, обеспечивающие осуществление протекающих в ней процессов.
- **Внешняя** среда – это совокупность факторов, судьба организации и способных влиять на ее поведение.



Внешняя среда организации

Среда **прямого** воздействия (микрo-**хозяйственный процесс** и испытe среда специфична для каждой отдел



ые непосредственно **влиают на** ционирования организации. Эта олируется ею.

Элементы внеш

я на две группы

Внешняя среда организации

Внешняя среда **прямого** воздействия включает следующие основные элементы: потребители, поставщики, конкуренты, рынок труда, внешние собственники, органы государственного регулирования и контроля. Макросреду предприятия формируют экономические, политико-правовые, социально-культурные, технологические и международные условия

- **Экономические** условия среды отражают общую экономическую ситуацию в стране или регионе. Она помогает понять, как формируются и распределяются ресурсы.
- **Социокультурные** факторы представляют социальные процессы и тенденции, происходящие в обществе. К ним относятся: существующие традиции, ценности, привычки, этические нормы, стиль жизни, отношение людей к работе, вкусы и психология потребителей.
- **Политико-правовая** среда включает характеристику политической системы, государственное регулирование бизнеса и основные отношения между бизнесом и правительством.
- **Технологические** факторы включают научные и технологические нововведения, которые позволяют предприятию модернизировать старую и создавать новую продукцию, совершенствовать и разрабатывать технологические процессы.
- **Международные** факторы показывают степень вовлеченности или воздействия на фирму бизнеса других стран. Фактически каждая фирма находится под воздействием международных факторов, даже если она функционирует в одной стране. Она может использовать сырье или продукты, созданные в других странах, или столкнуться с международной конкуренцией на своих внутренних рынках.

Внешняя среда организации

Можно сделать вывод, что 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. И на них претендуют многие другие организации, находящиеся в этой же среде. Поэтому всегда существует возможность того, что организация не сможет получить нужные ресурсы из внешней среды. Это может ослабить потенциал и привести к многим негативным для организации последствиям. Поэтому взаимодействие можно поддерживать ее потенциал на уровне, необходимом для достижения целей, и ей возможность выживать в долгосрочной перспективе.



Внутренняя среда организации

К элементам **внутренней** среды относятся цели, задачи, люди, технологии, информация, структура, организационная культура и другие составляющие.

- Особое место во внутренней среде организации занимают **люди**. От их способностей, образования, квалификации, опыта, мотивации и преданности зависят в конечном счете результаты работы организации. Организация – это прежде всего работающие в ней люди, они – главный ресурс организации.
- **Производственно-техническая** подсистема включает комплекс машин, оборудования, сырья, материалов, инструментов, энергии, который производит переработку входящих ресурсов в готовый продукт.
- **Финансовая** подсистема осуществляет движение и использование денежных средств в организации. В частности, поддержание ликвидности и обеспечение прибыльности, создание инвестиционных возможностей.
- **Маркетинговая** подсистема связана с удовлетворением потребностей клиентов в продуктах предприятия путем изучения рынка, создания системы сбыта, организации оптимального ценообразования и эффективной рекламы, а также активного воздействия на рынок с целью формирования новых потребностей для увеличения рыночной доли и повышения рентабельности продаж.

Внутренняя среда организации

Таким образом, внутренняя среда организации является источником ее жизненной силы. Она включает в себе тот потенциал, который следовательно, существовать и выжить может быть также и источником при обеспечении необходимых функций



