

Махсумов Сайфуллохужа Одилбекович,
магистрант, Пензенский филиал
ФГБОУ ВО Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации

ВНУТРЕННИЕ И ВНЕШНИЕ ФАКТОРЫ БИЗНЕС-СРЕДЫ

Аннотация. Конкретное состояние экономической деятельности организации постоянно меняется под влиянием факторов внутренней и внешней среды. К основным факторам внутренней среды, которые должны постоянно находиться под контролем руководителей и менеджеров, относятся: цели, задачи, структура управления, технологии и персонал.

Ключевые слова: Предприятие, бизнес среда, организация.

1. Характеристика факторов внутренней среды
2. Влияние прямых и косвенных факторов на деятельность предприятия

1. Определенное состояние экономической деятельности предприятия постоянно изменяется под воздействием факторов внутренней и внешней среды.

К основным факторам внутренней бизнес-среды, которые должны постоянно находиться под контролем руководителей и менеджеров, относятся: цели, задачи, организационная структура управления, технологии и персонал.

Взаимосвязь факторов внутренней бизнес-среды

Цели – это конкретные конечные состояния или желаемые результаты, для достижения которых группа людей работает вместе. Чтобы группа людей, работающих вместе как команда или организация, достигла своей конечной цели в течение определённого времени. Задачи – это работы или операции с определённым порядком и системой выполнения, заранее установленные на рабочем месте. При осуществлении любой экономической деятельности обычно выделяют три категории задач: во-первых, работу с людьми; во-вторых, работу, связанную с использованием орудий и предметов труда; и в-третьих, работу с информацией.

Период времени, они должны одновременно выполнять ряд важных задач.

Категории задач на предприятии

Ещё одним фактором, существенно влияющим на внутреннюю среду предприятия, то есть на его операционное состояние, является организационная структура управления.

Организационная структура – это логическая взаимосвязь и самостоятельность различных уровней управления и функциональных сфер в организационной структуре, создающая необходимые условия для эффективного достижения конечных целей организации. Технология является важным и самостоятельным фактором внутренней среды предприятий, средством преобразования или использования экономических ресурсов - сырья, рабочей силы, основного и оборотного капитала, то есть финансовых ресурсов предприятий для производства продукции и оказания услуг. Люди, или трудовые ресурсы, являются решающим фактором и основой внутренней среды любой организации. Внутренняя деятельность организации состоит из различных операций, процессов и подпроцессов.

Деятельность организации (организации) и ключевые сферы её управления также подвержены влиянию важных внешних факторов. Факторы внешней среды характеризуются сложностью, изменчивостью и неопределённостью.

Сложность внешней среды проявляется в том, что количество и разнообразие факторов, на которые организация должна обращать внимание, весьма разнообразны.



Процесс изменений, происходящих во внешней среде, обуславливает её изменчивость и неопределённость. Изменчивость внешних факторов оказывает различное влияние на деятельность работников. В целом факторы внешней среды работников можно разделить на факторы прямого и косвенного воздействия.

К факторам косвенного влияния внешней деловой среды относятся экономическая и социальная ситуация в стране, научно-технический прогресс, культурные и политические изменения, иностранные и национальные фонды и неправительственные организации и т. д. Хотя такие факторы не оказывают прямого влияния на деятельность предприятия они вносят изменения в экономическую и социальную ситуацию и процесс управления предприятием.

Список литературы:

1. Международный маркетинг: учебник и практикум для вузов / А. Л. Абаев [и др.]; под редакцией А. Л. Абаева, В. А. Алексунина. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 362 с.
- 2 Завгородняя, А. В. Маркетинговое планирование: учебное пособие для вузов / А. В. Завгородняя, Д. О. Ямпольская. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 340 с. <https://urait.ru/bcode/454471>
- 3 Завьялов, П. С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: учебное пособие / П. С. Завьялов. - Москва: ИНФРА-М, 2019. - 336 с. <https://znanium.com/catalog/product/987774>.

