

УДК 338.2

ВНЕШНЯЯ СРЕДА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Кудряшова Е.И.*

Студентка магистратуры института права и экономики

ФГБОУ ВО «Елецкий государственный университет им. И. А. Бунина»

Елец, Россия

Аннотация: Хозяйственная стратегия предприятия определяется исходя из действующих условий внешней среды. Влияние факторов внешней среды заставляет предприятия приспосабливаться и формировать свою хозяйственную стратегию и конкретные действия по обеспечению устойчивого развития. В этом случае, обеспечение устойчивого развития предприятия, зависит от способности менеджеров своевременно проводить маркетинговый анализ внешней и внутренней среды, и также принимать эффективные управленческие решения. Это позволяет поддерживать конкурентные преимущества, использовать внутренние резервы и своевременно адаптироваться к происходящим изменениям в экономике.

Ключевые слова: предприятие, конкурентный рынок, внешняя и внутренняя среда, маркетинговые исследования, хозяйственная стратегия, устойчивое развитие, финансовые и материальные ресурсы.

THE EXTERNAL ENVIRONMENT OF THE ENTERPRISE

Kudryashova Y.I.

Student of a magistracy of the Institute of Law and Economics

FGBOU of the Yelets University of I.A. Bunin

Yelets, Russia

* Научный руководитель Пищулин Владимир Николаевич
Доцент, кандидат педагогических наук института права и экономики ФГБОУ ВО «Елецкий государственный университет им. И. А. Бунина» Елец, Россия
Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

Annotation

The economic strategy of the enterprise is determined on the basis of the existing environmental conditions. The influence of environmental factors makes enterprises adapt and shape their business strategy and concrete actions to ensure sustainable development. In this case, ensuring the sustainable development of the enterprise depends on the ability of managers to conduct timely marketing analysis of the external and internal environment, and also to make effective management decisions. This allows you to maintain competitive advantages, use internal reserves and timely adapt to the changes in the economy.

Keywords: enterprise, competitive market, external and internal environment, marketing research, development strategy, financial and material resources.

Законы развития конкурентного рынка определяют условия функционирования предприятий, поэтому собственникам приходится приспосабливаться к внешней среде за счет изменений внутренней организационной структуры и применения эффективных механизмов управления ценными активами, финансовыми ресурсами и текущим производством. Также проводятся маркетинговые исследования товарных рынков по ключевым направлениям развития бизнеса, что позволяет формировать внешние условия хозяйственной деятельности. В этом случае, менеджерам предприятий приходится прогнозировать риски, разрабатывать перспективные направления производства и планировать инвестиционные возможности. Такие мероприятия определяют основу стратегического развития предприятия в условиях неопределенности внешней среды. «Внешняя среда – это совокупность находящихся за пределами организации факторов, с которыми она взаимодействует. Внешняя среда делится на: микроокружение; макроокружение. Микроокружение включает поставщиков, потребителей, конкурентов. Оно постоянно меняется. Макроокружение подразумевает

политику государства, законодательство, демографию, состояние культуры, развитие науки и техники, природную среду и др. Этим факторам приходится либо подчиняться, либо уходить от их воздействия. Кроме того, среда бывает: стабильная; расширяющаяся; плавно изменяющаяся; с неожиданными дискретными изменениями». [1,с.522]

Современная рыночная среда, в которой функционируют предприятия, характеризуется высокой степенью неопределенности, поскольку это сопряжено с изменяющимися условиями банковского кредитования, нехваткой или отсутствием свободных денежных средств, экономической нестабильностью в отдельных отраслях и т.д. Поэтому, для обеспечения устойчивого развития, менеджерам предприятий необходимо вовремя проводить маркетинговый анализ конкурентного рынка и формировать стратегию развития, что позволит приспособливаться к изменениям внешней среды, а затем проводить оптимизацию внутренней структуры. Это обеспечит выполнение базовых условий финансовой устойчивости и хозяйственной жизнедеятельности бизнеса в текущем времени.

Нужно отметить, что внешняя среда функционирования предприятия является особым элементом, характеризующим стратегическое развитие предприятия и отдельных направлений бизнеса. Эта среда также является эффективным источником, питающим предприятие финансовыми и материальными ресурсами, необходимыми для поддержания хозяйственного потенциала на должном уровне. В структуру внешней среды могут входить различные факторы, которые могут оказывать давление на хозяйственную работу предприятий, например:

- законодательные ограничения;
- условия банковского кредитования;
- отраслевые нормативные акты;
- текущая конкуренция;

– инфляционные процессы.

Чтобы обеспечить устойчивое развитие предприятия, необходимо находиться во взаимодействии с внешней средой, поскольку это позволит определять объемы материальных и денежных потоков и планировать уровень дохода по всем направлениям бизнеса. Нужно также учитывать динамичность и изменчивость внешней среды, что поможет поддерживать устойчивое развитие предприятия в конкурентных условиях, особенно производство и товародвижение готовой продукции. «Наиболее характерными чертами внешней среды является динамичность многообразие и интегрированность. Динамичность предполагает быструю изменчивость внешней среды. Задача - создавать адаптивные системы управления риском, которые не сопротивляются изменениям внешней среды, а меняются вместе с ней. Следующая характерная черта внешней среды – многообразие». [2,с.82]

Внешняя среда рассматривается как особый элемент, неподконтрольный менеджменту предприятия, поэтому это стало важным фактором при формировании стратегии хозяйственного развития и управления финансовыми и материальными ресурсами, особенно в условиях конкурентного рынка. Постоянный анализ ключевых факторов внешней среды, позволяет эффективно управлять негативными моментами в ходе текущей хозяйственной работы, а также моделировать возможные изменения бизнеса. Применяя эффективный механизм влияния на внешнюю среду функционирования предприятия, вполне возможно формировать оптимальные управленческие решения, проводить маркетинговый анализ и контролировать непредвиденные факторы, тем самым снизить уровень потенциальных рисков. Особенно нужно следить за такими рисками, которые могут оказывать давление на ход производства и материальное обеспечение, финансовые ресурсы и денежные потоки, ценообразование и сбыт готовой продукции и др. «Основными особенностями маркетингового анализа являются отличия между внешними факторами,

которые организация не может непосредственно контролировать, и представляющими либо угрозы, либо возможности, и внутренними факторами, которые в значительной степени связаны с организационными навыками и ресурсами. По этой причине конкуренты занимают центральное место в анализе, чтобы как отражать угрозу, так и служить точкой для определения сильных и слабых свойств. Осуществление анализа позволяет выявить наиболее значимые стратегические внешние проблемы». [3,с.286]

С учетом повышающих требований товарных рынков, ключевой задачей менеджмента предприятия будет считаться обеспечение взаимодействия с внешней средой, которое позволяло бы поддерживать плановый уровень производственного и финансового потенциалов. Это позволит поддерживать необходимую динамику стратегического развития, а также выполнение поставленных хозяйственных целей в текущем периоде. В этом случае руководство предприятий должно иметь обширное представление о внутренней организационной среде, производственном потенциале и перспективных тенденциях развития бизнеса. Например, успех функционирования предприятия в условиях конкуренции, зависит от профессиональной подготовки менеджеров, их умения быстро идентифицировать происходящие негативные изменения и принимать эффективные управленческие решения. Это необходимо, чтобы своевременно распознавать возникающие угрозы со стороны конкурирующих предприятий, проводить планирование разных ситуаций и предпринимать оптимальные шаги, для обеспечения финансовой устойчивости и стратегического развития предприятия. «Финансовое положение предприятия считается устойчивым, если оно располагает достаточным объемом капитала для того, чтобы обеспечивать непрерывность своей деятельности, связанную с производством и реализацией продукции в заданном объеме, а также полностью и своевременно погашать свои обязательства перед персоналом по выплате заработной платы, бюджетом по

уплате налогов и поставщикам за полученные от них поставки и услуги, формировать средства для обновления и роста внеоборотных средств». [4,с.117]

Таким образом, чтобы обеспечить стратегическое развитие, менеджеры предприятия должны своевременно учитывать все факторы внешней среды, особенно при планировании финансовой деятельности по отдельным направлениям бизнеса. Внешняя среда изучается менеджментом предприятия для того, чтобы формировать новые возможности для развития новых видов производств, организации товародвижения и сбыта готовой продукции. Нужно отметить, что внешняя среда – это группа элементов, которые находятся за пределами управления хозяйственной и финансовой деятельности предприятия, но такая среда имеет некоторые особенности для каждого предприятия, и контролируется со стороны менеджеров. Это может быть сопряжено с ресурсным обеспечением, использованием основного имущества и управлением оборачиваемости оборотных ресурсов. В зависимости от давления факторов внешней среды, предприятия определяют состав рабочей силы, проводят мероприятия по увеличению производительности труда и интенсивности производственных процессов. Поэтому эффективное использование внутренних резервов сказывается на конечных результатах хозяйственной и финансовой деятельности и нивелирует негативные моменты внешней среды.

Библиографический список:

1. Парамонов П.Ф. Экономика предприятий. Ч.II: Учебное пособие / П.Ф. Парамонов, В.В. Бут, Г.Н. Барсукова, И.Е.Халявка / Краснодар: КГАУ, 2017. – 522 с. <https://alleng.org/d/econ/econ408.htm>
2. Фирсова, О. А. Управление рисками организаций [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие / О. А. Фирсова. — Электрон. текстовые данные. — Орел: Межрегиональная Академия безопасности и выживания

(МАБИВ), 2017. — 82 с. — 2227-8397. — Режим доступа:
<http://www.iprbookshop.ru/33447.html>

3. Орлова, П. И. Бизнес-планирование [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров / П. И. Орлова. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 286 с.— Режим доступа:
<http://www.iprbookshop.ru/75227.html>

4. Данилова Н.Ф. Экономический анализ деятельности предприятия [Электронный ресурс]: курс лекций. Учебное пособие для ВУЗов / Н.Ф. Данилова, Е.Ю. Сидорова. — Электрон. текстовые данные. — М.: Экзамен, 2017. — 114 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/952.html>

Оригинальность 77%