

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/90956>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Теория управления

Содержание

Введение 3

1. Теоретические и методические основы анализа внутренних и внешних факторов, воздействующих на организацию 5

1.1. Основные характеристики внешней среды организации 5

1.2. Основные элементы внутренней среды организации 10

1.3. Воздействие на организацию внутренних и внешних факторов 12

2. Анализ внутренних и внешних факторов, воздействующих на организацию на примере ООО «ММТР» 20

2.1. Характеристика деятельности ООО «ММТР» 20

2.2 Анализ основных технико-экономических показателей деятельности 22

2.3. Характеристика проблем ООО «ММТР» 23

3. Разработка мероприятий по повышению эффективности деятельности организации 25

3.1. Результат анализа внутренней и внешней среды организации 25

3.2. Основные направления повышения эффективности деятельности организации 32

3.3. Оценка эффективности предлагаемых к внедрению мероприятий 35

Заключение 39

Список литературы 41

Введение

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

Внутренняя среда организации является источником ее жизненной силы. Она включает в себе тот потенциал, который дает возможность организации функционировать, существовать и выживать в определенном промежутке времени.

Внешняя среда является источником, питающим организацию ресурсами, необходимыми для поддержания ее внутреннего потенциала на должном уровне. Организация городского хозяйства находится в состоянии постоянного обмена с внешней средой, обеспечивая тем самым себе возможность выживания. Но ресурсы внешней среды безграничны. И на них претендуют многие другие организации, находящиеся в этой же среде.

Таким образом, анализ внутренней и внешней среды организации необходим для определения стратегии поведения предприятия и более эффективного принятия управленческих решений, необходимых для успешной деятельности компании.

Объектом исследования выступает предприятие ООО «ММТР».

Предметом исследования являются внутренние и внешние факторы, воздействующие на организацию.

Цель работы – провести оценку внутренних и внешних факторов, воздействующих на организацию.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- изучить основные характеристики внешней среды организации;
- рассмотреть основные элементы внутренней среды организации;
- представить основные сведения о предприятии;
- провести анализ основных технико-экономических показателей деятельности;
- раскрыть методы анализа внутренней и внешней среды организации;
- представить результат анализа внутренней и внешней среды организации;
- предложить основные направления повышения эффективности деятельности организации;
- дать оценку эффективности предлагаемых к внедрению мероприятий.

В рамках системного подхода в работе использовались методы сравнительного, логического,

монографического, финансового анализа, а также имитационного и графического моделирования изучаемых процессов.

Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы.

1. Теоретические и методические основы анализа внутренних и внешних факторов, воздействующих на организацию

1.1. Основные характеристики внешней среды организации

Организация является открытой системой и функционирует в определенной среде. Открытость помогает средам влиять на работу организации, а также помогает организации выпускать продукцию. Основные действия организации на рынке можно подразделить на три взаимосвязанных процесса: получение ресурсов извне (вход ресурсов в организацию из внешней среды); преобразование ресурсов в продукцию или услуги (трансформация); передача продукции или услуги во внешнюю среду (выход готовых изделий) . Чтобы поддерживать баланс в данных трех процессах, необходимо постоянно корректировать влияние, оказываемое на организацию со стороны среды, в которой она находится. Среда влияет на действия организации. Способность выживать на рынке зависит от факторов внешней и внутренней среды, они обуславливают возможности организации адаптироваться к требованиям рынка.

Среда, в которой находится организация, называется внешней. Среда, входящая в состав организации, - внутренней. Деление на внутреннюю и внешнюю среду - один из основных постулатов современной теории менеджмента. Среда классифицируются в литературе по-разному, но общий состав элементов внутренней и внешней среды в целом стал общепринятым.

Внутренняя среда включает в себя основные элементы и подсистемы организации, которые обеспечивают функционирование всех организационных процессов. Внешняя среда - это факторы, объекты, условия функционирования, которые находятся вне прямого контроля организации, но соприкасаются с ней и влияют на ее поведение. При этом сама организация может изменять условия внешней среды, но только косвенными действиями, в основном это происходит через активные действия на рынке.

Элементы внешней и внутренней среды в совокупности составляют тот мир, в рамках которого организация осуществляет свою деятельность. Состав этих элементов важен для разработки стратегии поведения организации. Перед началом стратегического планирования необходимо провести анализ составляющих внутренней и внешней сред, чтобы увидеть, как они воздействуют на организацию и процесс производства продукции или услуг. Внутренняя среда обладает определенным потенциалом, дает набор возможностей для реагирования на изменения рынка, поведение конкурентов. Внешняя среда создает условия, при которых потенциал либо может, либо не может реализоваться.

Внешняя среда организации - это совокупность факторов, условий и сил, которые влияют на организацию извне и тем самым меняют как ситуацию на рынке, так и поведение организации. Это объективные условия, не поддающиеся контролю со стороны организации. Внешняя среда в рыночной экономике очень важна при повседневной работе компании .

Внешняя среда является поставщиком ресурсов для организации. Благодаря ресурсам организация может реализовать свой потенциал. Обмен между внешней средой и организацией происходит постоянно, за счет него организация выживает на рынке. Но количество ресурсов во внешней среде ограничено, на них претендуют и другие организации, отсюда возникает конкуренция. Возможность того, что организация не получит необходимые ресурсы из внешней среды, существует всегда.

Это негативно сказывается на работе организации и ослабляет ее потенциал. Именно поэтому возникает необходимость стратегического управления, которое позволяет обеспечить такое взаимодействие с внешней средой, при котором потенциал организации поддерживается на уровне, достаточном для достижения целей. Это позволяет организации выживать в долгосрочной перспективе.

Изучение среды позволяет менять внутреннюю структуру, приспособиться к изменившимся условиям, и тем самым способствовать эффективной работе организации, ее борьбе с конкурентами и влиянию на потребителя. Часто компании меняют свое поведение, если меняются потребности или вкусы потребителя, или появляются новые технологии производства. Без знания той среды, где предприятие работает, невозможно успешно функционировать, и тем более - получать прибыль.

Организация является открытой системой, которая пропускает через себя элементы из внешней среды и выпускает во внешнюю среду свою продукцию или услуги. Внешняя среда состоит из множества факторов, которые влияют на организацию непосредственно или опосредованно. Все факторы влияния внешней

среды делятся на прямые (внешняя среда прямого воздействия, или микросреда) и косвенные (внешняя среда косвенного воздействия, или макросреда). Схематически процесс существования организации на рынке представлен на рисунке (учтены элементы внутренней среды, которые трансформируют ресурсы в продукт, а также факторы прямого и косвенного воздействия внешней среды) .

Список литературы

1. Баринов, В.А. Стратегический менеджмент: учебник [Текст] / В.А. Баринов, В.Л. Харченко. – М.: Инфра-М, 2018. – 237 с.
2. Белецкая, Ю.А. Маркетинговые исследования: изучаем конъюнктуру рынка [Текст] / Ю.А. Белецкая // Налог на прибыль: учет доходов и расходов. – 2019. – № 3. – С. 10-12.
3. Богатова, Е.Р. Маркетинг и мерчандайзинг [Текст] / Е.Р. Богатова // В курсе правового дела. – 2019. – № 7. – С. 9-17.
4. Богомолова, И.П. Эффективная организация структуры управления маркетингом как способ повышения маркетинговой деятельности предприятия [Текст] / И.П. Богомолова, З.В. Гаврилова // Управление персоналом. – 2017. – № 17. – С. 15-21.
5. Виханский, О.С. Стратегическое управление: учебник для вузов / О.С. Виханский. – М.: Гардарики, 2019. – 296 с.
6. Гапоненко, А.Л. Стратегическое управление: учебник для вузов / А.Л. Гапоненко. – М.: Омега-Л, 2018. – 472 с.
7. Годин, А.М. Маркетинг: учебник для вузов [Текст] / А.М. Годин. – М.: Дашков и К, 2018. – 756 с.
8. Горемыкин, В.А. Стратегия развития организации: учебное пособие для вузов / В.А. Горемыкин. – М.: Дашков и К, 2018. – 593 с.
9. Дойль, П. Маркетинг-менеджмент и стратегии / П. Дойль. – СПб.: Питер, 2018. – 544 с.
10. Дэй, Д. Стратегический маркетинг / Д. Дэй. – М.: ЭКСМО-Пресс, 2018. – 640 с.
11. Жаворонкова, И. «Маркетинг должен быть экономным» лозунг 2015 года [Текст] / И. Жаворонкова // Банковское обозрение. – 2017. – № 1. – С. 26- 31.
12. Захаров, Д. Целевые задачи маркетинга персонала [Текст] / Д. Захаров [Текст]// Кадровик. Кадровый менеджмент. – 2019. – № 11. – С. 40-42.
13. Захаров, С.В. Маркетинг [Текст] / С.В. Захаров, Б.Ю. Сербиновский, В.И. Павленко. – М.: Феникс, 2019. – 361 с.
14. Зуб, Т.А. Антикризисное управление организацией / Т.А. Зуб, Е.М. Панина. – М.: Инфра-М, 2018. – 256 с.
15. Имшинецкая, И. Система стимулирования сбыта / И. Имшинецкая // Лаборатория рекламы, маркетинга и public relations. – 2019. – № 4. – С. 14 – 22.
16. Клевцов, И. Цели промоушн-акций [Текст] / И. Клевцов // Маркетинг PRO. – 2017. – № 5. – С. 11-13.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/90956>