# ИССЛЕДОВАНИЕ И ОЦЕНКА ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ МУЗЫКАЛЬНОГО МАГАЗИНА «ТАКТ»)

THE STUDY AND EVALUATION OF FACTORS OF THE EXTERNAL ENVIRONMENT OF THE ORGANIZATION (FOR EXAMPLE, THE MUSIC STORE "THE BEAT»)

**УДК 339.13**

**Капустин Алексей Михайлович,** Студент магистратуры Российский Государственный Социальный Университет (РГСУ). Курс 3, Город Москва.

**Kapustin Alexey Mikhailovich,** kapustin_aleshka@inbox.ru

**Аннотация**

В данной статье рассматриваются основные проблемы воздействия внешней среды на организацию розничной торговли, на примере музыкального магазина «Такт». Представлены примеры воздействия данных факторов внешней среды организации на предприятие розничной торговли. Рассмотрен опыт организации управления в условиях воздействия на предприятие внешней среды. Выявлена важность проведения исследования и оценки факторов внешней среды организации, на примере музыкального магазина «Такт».

**Annotation**

This article discusses the main problems of the impact of the external environment on the organization of retail trade, for example, the music store "Tact". Examples of the impact of these factors of the external environment of the organization on the retail enterprise are presented. The experience of the organization of management in

the conditions of the impact on the enterprise of the external environment is considered. The importance of conducting research and evaluating the factors of the external environment of the organization, on the example of the music store "Tact", is revealed.

**Keywords:** management, research, evaluation, factors of the external environment of the organization, the external environment of the organization, organization, retail trade.

**Ключевые слова:** управление, исследование, оценка, факторы внешней среды организации, внешняя среда организации, организация, розничная торговля.

## ВВЕДЕНИЕ

На современном этапе развития общества деятельность большинства организаций розничной торговли является открытой и напрямую зависит от воздействия внешнего мира. Влияние различных факторов напрямую воздействует на функционирование всего предприятия и опытный управляющий должен оперативно принимать решения, которые позволят организации сохранить конкурентоспособность. Необходимо своевременно подбирать соответствующие шаги, направленные на реагирование воздействия факторов внешней среды.

Внешняя среда организации является совокупностью экономических, социальных, экологических и политических факторов, которые оказывают постоянное воздействие на предприятия и напрямую влияют на различные сферы деятельности данной организации и, которые обусловлены большой степенью непредсказуемости и динамики.

## Методы

Для проведения полноценного анализа внешней среды необходимо в начале исследования и оценки влияния внешней среды организации провести сбор информации о социальном, экономическом, политическом и технологическом сферах жизнедеятельности предприятия, их динамику существования в

условиях конкретной организации. Также следует выявить проблемные зоны управления в объекте исследования и проанализировать степень воздействия на них различных факторов.

Проводя анализ внешней среды на примере музыкального магазина «Такт», следует выделить, основные факторы, которые оказывают постоянное влияние на его деятельность. Выделяется два вида внешней среды – макросреда и микросреда. На примере данного магазина к микросреде можно отнести поставщиков продукции, потребителей, маркетинговых посредников, конкурентов, государственные органы и банковские структуры. Так как все из перечисленных структур оказывают постоянное влияние на развитие магазина «Такт» и на его деятельность в целом. К макросреде следует отнести совокупность факторов природной, социальной, научно-технической, экономической и политической систем.

Рассмотрим подробнее основные из представленных видов внешней среды, на примере объекта исследования – музыкального магазина «Такт». Следует начать с макросреды организации, так как на проблемы, возникающие в данном типе организация может оказать влияние, приводя его внешнее окружение к изменчивости. К примеру, организация может повлиять на поставщиков продукции, тем самым сменив свое внешнее окружение.

Результаты

На примере музыкального магазина «Такт», следует выделить наличие большого количество поставщиков разного музыкального оборудования и аксессуаров к ним. Проводя оценку данного типа микросреды можно отметить, что поставки производятся на регулярной основе по требованию заказчика, в лице управляющего данной организацией розничной торговли. Логистическая составляющая позволяет производить закупку продукции в короткие сроки, что положительно отражается на ассортименте продукции и качестве обслуживания клиентов.

Следующим исследуемым фактором микросреды являются потребители. Исходя из того, что музыкальная сфера в современном мире менее востребована, чем сфера питания или досуга, то следует отметить важность каждого покупателя. В качестве действующего рычага воздействия на посетителя в магазине «Такт» действует система скидок и большой выбор ассортимента, постоянно присутствующего в данной торговой точке. Это делается для того, чтобы каждый потенциальный клиент смог приобрести необходимый продукт по скидке и не ушел к конкурирующим организациям.

Перечисленные мероприятия направленны на удержание клиентов, чтобы не терять конкурентоспособность организации и приносить стабильный доход предприятию. Для комплексной оценки микросреды необходимо оценить преимущество, в частности следует рассмотреть конкурирующие организации на территории деятельности музыкального магазина. Среди основных конкурентов выделяются две организации розничной торговле по реализации музыкального оборудования: магазины «Музторг» и «Мелодия». Данные предприятия занимаются розничной торговлей на местах, а также продажей инструментов и аксессуаров через интернет-магазин, в чем выявляется их преимущество над объектом исследования и появляется возможность оценки недостатков в действующей системе организации торговли магазина «Такт».

Также следует оценить влияние таких факторов внешней микросреды, как банковские предприятия и органы государственного управления. Касательно первой структуры можно отметить наличие банковских реквизитов и возможность проведения денежных операций в безналичной форме. Воздействие государственных органов на музыкальный магазин выделяется следующими основными обязательствами:

1) Обеспечение пожарной безопасности объекта розничной торговли;
2) Обеспечение безопасности реализуемой продукции;
3) Лицензирование на осуществление розничной торговли;
4) Санитарный паспорт на объект;
5) Оформленный уголок потребителя;

6) Проведение необходимых для реализации коммуникаций.

Рассмотрев основные факторы внешней микросреды данного объекта исследования следует отметить, что огромное количество различных факторов микросреды, оказывает сильное влияние на деятельность всей организации. Необходимо своевременное управление в этой области, для полноценного функционирования в условиях динамичной внешней среды.

Для проведения полного исследования и оценки внешней среды данного объекта исследования, необходимо провести анализ его макросреды. Среди основных факторов воздействия следует выделить: экономический; социальный; политический и технологический.

Экономическим фактором в данном случае является ситуация в современном обществе, как на территории реализации данной продукции, так и на территории страны в целом. Исходя из нынешней ситуации в Российской Федерации, связанной с пандемией нового вируса, которая началась в начале 2020 года можно отметить следующие экономические последствия: резкий рост курса иностранной валюты приводит к увеличению стоимости большинства продукции, реализуемой в магазине, что негативно сказывается на покупательской способности клиентов, тем самым приводя к уменьшению продаж.

Политическим фактором внешней макросреды организации является все правовые изменения происходящие на территории страны, которые оказывают влияние на данный объект исследования. В качестве примера влияния политического фактора следует отметить, приостановку государством деятельности всех предприятий не обеспечивающий поддержку жизнеспособности населения на период самоизоляции граждан страны. Из этого следует, что такие организации, как музыкальный магазин не имеют права вести в данный промежуток времени предпринимательскую деятельность, что очень сильно влияет на дальнейшее существования организации.

Технологическим фактором внешней макросреды выделяется постоянное развитие в области научно-технического прогресса, что очень сильно влияет на жизнедеятельность организации. В качестве примера следует отметить практику компании «Kodak», где воздействие данного фактора на организацию и отсутствие своевременного принятия решения повлекло существенные потери на мировом рынке товаров или услуг. А именно, изобретение цифровых форматов фотографии повлекло уменьшение спроса на пользование пленочных типов хранения, реализаций которых и занималась компания «Kodak», как следствие данное предприятие потеряло свою позицию на мировом рынке, а в последствии было вынуждено закрыться. Исходя из этого фактора следует отметить, что для того чтобы организация была конкурентоспособной, нужно заниматься сбором, хранением и использованием информации о новациях, которые возникают в среде деятельности организации и своевременно подстраиваться под эти изменения принимая стратегические решения.

Социальные факторы оказывают влияние на формирование общественной жизни, работы, потребления и оказывают значительное воздействие практически на все организации. Новые тенденции способствуют созданию типа потребителя и в итоге вызывают потребность в других товарах и услугах, что способствует разработке новых стратегий организации. Основные социально-культурные факторы, с которыми организации сталкиваются чаще всего, - это рождаемость, смертность, коэффициент иммиграции и эмиграции, коэффициент средней продолжительности жизни, располагаемый доход, образовательные стандарты, привычки покупателя, отношение к труду, отношение к отдыху. Касательно объекта исследования, следует отметить, что данный фактор оказывает значительное влияние на его деятельность, так как большое количество молодого населения переезжает в другие города на заработки, а люди старшего поколения менее ориентированы на покупку нового музыкального оборудования.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, проведя исследование и оценку внешней среды музыкального магазина «Такт», можно определить существенные проблемы и угрозы, которые возникают во время деятельности. С другой стороны, данный анализ направлен на существенное повышение эффективности стратегического управления объекта исследования и позволяет своевременно принять корректирующие действия дальнейшего развития организации. Конечной целью исследования внешней среды музыкального магазина «Такт» является, оценка возможности его взаимодействия со внешними факторами, которые оказывают постоянное воздействие на деятельность организации. Данный анализ показывает уровень, который необходимо соблюдать для достижения целей предприятия. А также позволит предотвратить негативное воздействие внешней среды на организацию, усилив позиции на долгосрочной перспективе.

**Список использованной литературы.**

1. Велиева, А. Д. Влияние факторов внешней среды на деятельность организации / А. Д. Велиева // Молодой ученый. — 2015. — №13. — С. 366-368.
2. Горемыкин В.А., Нестерова Н.Е. Стратегия развития предприятия. - М.: Издательский дом Дашков и К., 2013. - 592с.
3. Елькина Н. В. Влияние внешней среды на стратегию развития организации // Известия БГУ. 2004. №3. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-vneshney-sredy-na-strategiyu-razvitiya-organizatsii (дата обращения: 13.04.2020).
4. Заплатинская А.Ю. Оценка влияния факторов внешней среды на эффективную деятельность организации // МНИЖ. 2015. №6-3 (37). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-vliyaniya-faktorov-vneshney-sredy-na-effektivnuyu-deyatelnost-organizatsii (дата обращения: 13.04.2020).
5. Клушина Н. П., Мирошниченко Т. Технологии оценки внешней и внутренней среды организации // Символ науки. 2015. №11-2. URL:

https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologii-otsenki-vneshney-i-vnutrenney-sredy-organizatsii (дата обращения: 13.04.2020).

6. Нойкин С. А. Анализ и оценка внешней среды организации // Вестник ПензГУ. 2015. №3 (11). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-i-otsenka-vneshney-sredy-organizatsii (дата обращения: 13.04.2020).
7. Садковская Н. Е., Ханина А. А. Внутренняя и внешняя среда организации //Символ науки. 2016. №11-1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/vnutrennyaya-i-vneshnyaya-sreda-organizatsii (дата обращения: 13.04.2020).
8. Степулева Л.Ф., Глухоманов В.И., Трапезникова Е.М. Исследование внешних факторов, влияющих на формирование торгового ассортимента // АНИ: экономика и управление. 2018. №2 (23). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-vneshnih-faktorov-vliyayuschih-na-formirovanie-torgovogo-assortimenta (дата обращения: 13.04.2020).
9. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг. - СПб.: Питер, 2012 - 346с.
10. Шевцова О. Н., Проскурнина Н. Н., Концевич Г. Е. Оценка структуры внешней среды организации // Проблемы экономики и юридической практики. 2014. №2. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-struktury-vneshney-sredy-organizatsii (дата обращения: 13.04.2020).

**List of references**

1. Veliyeva, A.D. The influence of environmental factors on the organization's activities / A.D. Veliyeva // Young Scientist. — 2015. — No. 13. — P. 366-368.
2. Goremykin, V. A., Nesterov N. E. Development strategy of the enterprise. - M.: Publishing house Dashkov I K., 2013. - 592c.
3. Elkina, N. V. Influence of the external environment on the organisation's development strategy // proceedings of the Belarusian state University. 2004. No. 3. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-vneshney-sredy-na-strategiyu-razvitiya-organizatsii (date accessed: 13.04.2020).

4. Platinskaya A. Yu. Assessment of the influence of environmental factors on the effective activity of the organization. 2015. No. 6-3 (37). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-vliyaniya-faktorov-vneshney-sredy-na-effektivnuyu-deyatelnost-organizatsii (accessed: 13.04.2020).
5. Klushina N. P., Miroshnichenko T. Technologies for assessing the external and internal environment of an organization. 2015. No. 11-2. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologii-otsenki-vneshney-i-vnutrenney-sredy-organizatsii (accessed: 13.04.2020).
6. Noikin S. A. Analysis and assessment of the external environment of the organization / / Vestnik PenzGU. 2015. No. 3 (11). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-i-otsenka-vneshney-sredy-organizatsii (accessed: 13.04.2020).
7. Sadkovskaya N. E., Khanina A. A. Internal and external environment of the organization //A symbol of science. 2016. No. 11-1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/vnutrennyaya-i-vneshnyaya-sreda-organizatsii (accessed: 13.04.2020).
8. Stepuleva L. F., Glukhomanov V. I., Trapeznikova E. M. Research of external factors influencing the formation of the trade assortment. 2018. No. 2 (23). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-vneshnih-faktorov-vliyayuschih-na-formirovanie-torgovogo-assortimenta (accessed: 13.04.2020).
9. Fatkhutdinov R. A. Strategic marketing. - St. Petersburg: Peter, 2012-346s.
10. Shevtsova O. N., Proskurnina N. N., Kontsevich G. E. Evaluation of the structure of the external environment of the organization. 2014. No. 2. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-struktury-vneshney-sredy-organizatsii (accessed: 13.04.2020).