

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ НОВОГО ОБЩЕСТВА

ВЛИЯНИЕ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ НА РАЗВИТИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

СОЛОВЬЕВ АЛЕКСАНДР НИКОЛАЕВИЧ

магистрант, Саратовский социально-экономический институт(филиал) РЭУ им. Г.В.Плеханова. Саратов. Россия.

e-mail: sensation15025@gmail.com

НАЙДЕНКОВ ВЛАДИМИР ИВАНОВИЧ

кандидат экономических наук, исполняющий обязанности заведующего кафедрой маркетинга, экономики предприятий и организаций Саратовского социально-экономического института(филиала) РЭУ им. Г.В.Плеханова. Саратов .Россия.

e-mail: naydenkov@list.ru

АННОТАЦИЯ

Особое место в современной экономике России принадлежит малому предпринимательству. Развитие малого бизнеса способствует постепенному созданию значительного слоя малых собственников, который становится основой социально-экономических преобразований. Организации функционируют, и находится в окружении внешней среды. Внешняя среда для организации это важный источник необходимый для поддержания потенциала компании на приемлемом уровне. Предприятие постоянно производит обмен с внешней средой.

Ключевые слова: внешняя среда, малые предприятия, факторы косвенного воздействия, факторы прямого воздействия, неопределенность среды.

IMPACT OF EXTERNAL ENVIRONMENT ON SMALL ENTERPRISE DEVELOPMENT

ALEXANDER SOLOVYOV

undergraduate of Saratov Social and Economic Institute (branch) Russian Economic University named Plekhanov Georgy, Saratov, Russia

e-mail: sensation15025@gmail.com

VLADIMIR NAYDENKOV

candidate of economic Sciences, acting head of the Department of marketing, Economics of enterprises and organizations of Saratov Social and Economic Institute (branch) Russian Economic University named Plekhanov Georgy, Saratov, Russia.

e-mail: naydenkov@list.ru

ABSTRACT

A special place in the modern economy of Russia belongs to small business. The development of small business contributes to the gradual creation of a significant layer of small owners, which becomes the basis of socio-economic transformations. Organizations are functioning, and is surrounded by the external environment. The external environment for the organization is an important source necessary to maintain the company's potential at an acceptable level. The company constantly exchanges with the external environment.

Keywords: external environment, small enterprises, factors of indirect influence, factors of direct influence, environmental uncertainty

В России, как известно, малое предпринимательство находится в начальной стадии развития. Безусловно, многие из субъектов малого предпринимательства не могут начать производство без внешних заимствований. Однако данный сектор общественного производства нашей страны имеет огромный потенциальный ресурс для дальнейшего динамичного развития, экономического и социального прогресса[1]. Но для этого требуются соответствующие инвестиции.

Малый бизнес в Российской Федерации стал активно развиваться с 2000 г. и по сей день, но тем не мене отстает от других стран. Например, в США на малые фирмы приходится 54% всех занятых. В странах ЕС на малых предприятиях трудится свыше 70% работающего населения. В Японии на хозяйствственные единицы с числом занятых до 300 человек (это 99,5% всех предприятий) приходится 78% занятых. В России же, средняя численность работников занятых на малых предприятиях - 11744,2, что составляет 16,4% от общего количества занятых в экономике,

Каждая организация представляет собой открытую систему, которая зависит от внешней среды, которая в свою очередь представляет собой совокупность: общественных, природных, экономических условий и политических факторов, оказывающих воздействие на организацию и влияющих на различные сферы деятельности[4]. Если внутренняя среда представляет собой источник жизненной силы и энергии организации, тогда как внешняя среда является не менее важным источником, питающим организацию всем необходимым для поддержания ее потенциала на должном уровне[7].

Для того чтобы выживать, сохранять эффективность и развиваться, организациям необходимо подстраиваться к внешней среде[3]. Чтобы вовремя определить важные факторы окружения, которые способны оказать сильное влияние на организацию, менеджер должен быть уметь находить необходимые методы и способы реакции на внешнюю среду.

Для внешней среды многих организаций будет характерна очень

высокая степень динамики, сложности и неопределенности[2]. Организации, которые стремятся занять как можно больше рынков, заниматься производством разнообразных товаров и услуг, для удовлетворения различных групп потребителей, далеко не всегда имеют одинаково высокие показатели прибыли во всех своих направлениях[6].

Во внешней среде выделяются факторы прямого и косвенного воздействия. Факторы прямого воздействия представлены потребителями, поставщиками, маркетинговыми и торговыми посредниками, государственными органами, конкурентами, финансово-кредитными структурами и страховыми компаниями[5]. Эти структуры оказывают прямое влияние на организации сферы услуг и торговли.

Рассмотрим подробнее факторы прямого воздействия:

- потребители, от них зависит успешность бизнеса, так как его деятельность направлена на удовлетворение потребностей разного круга потребителей;

- поставщики, занимаются обеспечением предприятия необходимыми ресурсами для продолжения его деятельности;

- конкуренты, является одним из важнейших внешних факторов, ведь не удовлетворяя потребности потребителей так, как конкуренты, организация не сможет долго существовать, помимо этого, именно конкуренты могут определять качество услуг и продукции и цены на них;

- законы и государственные органы, оказывают существенное влияние на предприятия, формируя нормативную базу функционирования и создания организаций.

Среда косвенного воздействия является совокупностью следующих факторов: экономических, экологических, политических, природных, демографических и других[9]. Она не оказывает столь сильного влияния на деятельность организаций, но для полноты информации окружающей среды ее необходимо учитывать.

Для успешного функционирования организации, следует проводить анализ данных сред и не стоит ограничиваться лишь определением их состоянием в текущем периоде[8]. Лучше всего отслеживать и предугадывать тенденции, характерные для изменения статуса отдельных важных факторов, а также пытаться прогнозировать векторы развития данных факторов, для того чтобы предостеречь организацию от возможных угроз в будущем, зная, что ее ждет в будущем. Все факторы в той или иной степени влияют на деятельность предприятия, именно поэтому организациям необходимо снижать их негативное влияние на свою деятельность, а благоприятные возможности использовать в полной мере.

Анализ основных сил влияния на формирование стратегического менеджмента позволяет рационально распределить ресурсы управленческой системы с учетом временного пространства, что оптимизирует внутренние резервы

развития организации и повысить эффективность ее деятельности.

Конечной целью исследования влияние внешней среды на организацию является обеспечение такого взаимодействие организации с внешними факторами, которое позволит ей достигать поставленных целей и поддерживать свой потенциал на должном уровне, кроме этого даст возможность выживать в долгосрочной перспективе.

При анализе внешней среды основной проблемой является ее неопределенность и подвижность. Не получится точно определить ее развитие, остается только прогнозировать, именно поэтому необходимо учитывать все ее факторы и особенности.

Неопределенность внешней среды определяется информацией, которой в данный момент времени владеет организация относительно конкретного фактора, а также ее уверенности в этой информации. Из-за этого и возникают проблемы при анализе, чем неопределенность, тем

сложнее оценить ситуацию и дать точную характеристику.

Подвижность внешней среды обусловлена скоростью, с которой происходят изменения окружающей среды организации. Несмотря на то, что многие ученые сходятся во мнении, что в настоящее время изменения внешней среды происходят с достаточно высокой скоростью, все же зачастую малому бизнесу проще подстроиться под эти изменения в отличии от крупного.

Для успешного существования организации важно уметь находить угрозы и возможности, а также уметь оценивать их принимать соответствующие решения, для этого лучше всего подойдет SWOT анализ. Данный метод является одним из самых распространенных, оценивающих в комплексе внутренние и внешние факторы, влияющие на развитие компании.

В настоящее время малый бизнес это крупный производитель благ и услуг, помимо этого является стимулятором научно-технического прогресса и крупнейшим работодателем.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бекетова, О.Н., Найденков, В.И. Бизнес-план: теория и практика: Сер. учебное пособие для вузов. – М.: Приор-издат, 2005. с. 135.
2. Болдырева Т.В., Плеханов С.В. Влияние цифровых технологий на трансформацию предприятий пищевой промышленности// Актуальные проблемы экономики и менеджмента.2018.№3(19).С.5-9.
3. Ключников С.В. Учет на предприятиях малого бизнеса. Практическое пособие. Москва, 2005.
4. Кублин И.М., Тинякова В.И. Влияние маркетинга на развитие малого бизнеса в региональном аспекте // Экономика устойчивого развития. 2014. №2 (18). С.149-152.
5. Кузнецова Н.А., Ильина А.В., Королькова А.П. Развитие кооперации и интеграции малого и среднего агробизнеса: региональный аспект//Техника и оборудование для села.2017.№9.С.45-48.

6. Ладыженский К.Б., Кублин И.М. Роль маркетинга в повышении конкурентоспособности предприятий железнодорожного транспорта//История и перспективы развития транспорта на севере России.2015.Т.1.№1.С.77-82.
7. Найденков В.И. Виртуальный бизнес-инкубатор как инструмент взаимодействия бизнеса и образования//Наука и общество. 2017. №2(28). С.37-40.
8. Найденков В.И., Мартынович В.И. Развитие малого предпринимательства России в современных условиях// Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2016. № 3 (62). С. 51-56.
9. Рusanovsky V.A., Saninsky S.A. The role of mediation in the system of increasing entrepreneurial activity of the population. Bulletin of the Saratov state socio-economic University. 2013.№2(46).P. 71-74.

REFERENCES

1. Beketova O.N., Naidenkov V.I. Business plan: theory and practice/ O.N. Beketova, V.I. Naidenkov. Moscow, 2005. Prior-izdat. p. 135.
2. Boldyreva T.V., Plekhanov S.V. The influence of digital technologies on the transformation of the food industry//Actual problems of Economics and management.2018. №3 (19). P. 5-9.
3. Klyuchnikov S.V. Accounting for small businesses. Practical guide. Moscow, 2005.
4. Kublin I.M., Tinyakova V.I. The Influence of marketing on small business development in the regional aspect // Economics of sustainable development.2014.№2 (18).P. 149-152.
5. Kuznetsova N.A., Ilina A.V., Korolkova A.P. Development of cooperation and integration of small and medium-sized agribusiness: regional aspect // Machinery and equipment for rural areas.2017.№ 9.P. 45-48.
6. Ladyzhensky K.B., Kublin I.M. The role of marketing in improving the competitiveness of railway transport enterprises//History and prospects of transport development in the North of Russia.2015.Vol.1.№. 1.P. 77-82.
7. Naidenkov V.I. Virtual business incubator as a tool of interaction between business and education//Science and society. 2017. №2 (28). P. 37-40.
8. Naydenkov V.I., Martynovich V.I. Development of small entrepreneurship of Russia in modern conditions // Bulletin of Saratov state socio-economic University. 2016. № 3 (62). P. 51-56.
9. Rusanovsky V.A., Saninsky S.A. The role of mediation in the system of increasing entrepreneurial activity of the population. Bulletin of the Saratov state socio-economic University. 2013.№2 (46).P. 71-74.