



Русенски университет „Ангел Кънчев“

Специалност: Икономика

Факултет: „Бизнес и мениджмънт“

Курсова работа

По: Основи на управлението

Изготвили: Ралица Сотирова и Кристин Иванова
Фак. №: 215089 и 215079

Проверил: доц. Д-р Свилена Рускова

Русе
2023





Съдържание

1. Въведение.....
2. Вътрешна среда.....
3. Външна среда.....
4. SWOT анализ.....



Въведение на вътрешна и външна среда




1. **Вътрешна среда на организацията** е съвкупност от нейните ресурси и интегрираните системи и механизми за управление. Затова и до голяма степен управлението на една организация е насочено към поддържане на подходящо съотношение между ресурсите и интегрираните системи и механизми в нея, от една страна, но и към осигуряване на условия ресурсите, системите и механизмите да си взаимодействат. Теоретичните уточнения показват, че когато става дума за “ресурси на организацията” като част от вътрешна среда, следва да се има предвид:

- Материалните ресурси на организацията – с какви суровини се създава продукта, с какви машини и съоръжение, какви са сградите, офисите, оборудването, каква е енергията, която се ползва, разбира се и какъв е крайният продукт;
- Човешките ресурси – какви са хората, които работят в организацията, какъв е демографският им профил, нивото на професионализъм, съотношението между основния, спомагателния и обслужващия персонал;
- Финансовите ресурси – в какво съотношение са собствения и привлечения капитал, каква е структурата на използване на капитала, какъв е оборотът на капитал на организацията, размерът на инвестициите и др.;
- Информационните ресурси – какво организацията знае (с каква информация разполага и как актуализира тази информация) за своите контрагенти, за сегашните си и потенциални конкуренти, достатъчна и точна ли е информацията, която тече по съответните канали в организацията, какъв е официалният и неофициалният живот на фирмата.

2. Външна среда на организацията.

Външната среда на организацията е съвкупност от такива фактори и институции извън организацията, които влияят и могат да влияят потенциално на нейната дейност и резултати от дейността.

Общата външна среда включва:

- Икономическите условия (инфлация, стадии на икономическия цикъл на развитие, ниво на доходите на населението и др.);
 - Политическите условия (обща стабилност на страната, отношението на държавата към бизнеса);
 - Социалните условия (обществени ценности, менталитет);
 - Технологически условия (технически прогрес, състояние на иновационните процеси, научни открития и перспективи, телекомуникации и др.).
 - Специфичната външна среда включва:
 - Доставчиците на организацията (на суровини, оборудване, на човешки ресурси, на информация, финансови средства);
 - Потребителите и клиентите на организацията (структура, доходи, целеви групи, възприятия, нагласи, ценности, мотиви, решения за покупка);
- 



- Конкуренстите (цялостното управление на конкурентната организация, бизнес резултатите, отношението на клиентите и др.);
- Държавните институции (закони, законови актове, разпореждания);
- Групи в обществото, които влияят на дейността на организацията (организации и физически лица).



Въведение на SWOT анализ

SWOT-анализът е широко популярна техника от стратегическото управление, разработена от Алберт Хъмфри. Анализът разглежда 4 фактора, които идентифицират проекта, продукта или организацията, на които са приложени.



Основа и предпоставка за успешно стратегическо планиране е ситуационния анализ. Като съдържание и цели той предполага обстойно изследване на силните и слабите страни на предприятие, на външните фактори, благоприятстващи или ограничаващи неговото пазарно присъствие и пазарна активност. Най-добрата техника за оценка на резултатите от действието на вътрешните и външните фактори за развитието на предприятието е модела на слот анализа.



SWOT анализа е изключително полезен инструмент за разбиране на различни бизнес ситуации и вземане на решения. Той дава необходимата рамка за преглед на организационната стратегия и посока на развитие на една фирма, но така също и проект, бизнес предложение или всяка една друга идея. **Всъщност, ако ти направи впечатление, слот анализът е метод не само за анализ, но и за планиране.**



Какво представлява слот анализа:

Силни страни:



Под силни страни на една фирма в SWOT анализа могат да се отчетат неща като силни марки, патенти, ноу-хау, добра репутация сред потребителите, ексклузивен достъп до природни ресурси, благоприятен достъп до дистрибуционни канали и т.н. С две думи, силните страни са всичко, което може да формира конкурентно предимство.



Слаби страни:



Слабите страни на една фирма могат да включват слаба марка, липсата на патентна защита, лоша репутация сред потребителите, скъпи ресурси, липса на достъп до качествени природни ресурси, неблагоприятен достъп до дистрибуционни канали и др.



Възможности:



Полезните възможности могат да дойдат вследствие на промени в технологията, пазарите, държавните регулации, социални промени, отмяна на търговски бариери, промяна в стила на живот и др.



Когато се разглеждат възможностите е полезно да се анализират силните страни и да се установи дали те са предпоставка за откриване на нови възможности. Алтернативно, могат да се анализират слабите страни и да провери дали не могат да се открият нови възможности чрез елиминирането на слабостите.

