

Ткаченко Д. С.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара(Україна)

ВПЛИВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА НА ДІЯЛЬНІСТЬ ОРГАНІЗАЦІЇ

Оточення сучасного бізнесу це – зовнішнє середовище, яке складається з сукупності господарських суб'єктів, економічного, соціально-культурного і екологічного середовища, міжнародних та державних умов і чинників, що діють у макроекономічному оточенні бізнесу.

Будь-яка організація – це найважливіша основа де виконуються всі функції менеджменту. Сучасна організація не тільки знаходиться, а ще й взаємодіє з елементами цього середовища бізнесу. Дії організацій можливі, коли середовище саме дозволяє здійснення їх. Можна вважати, що сучасна організація та зовнішнє середовище постійно знаходяться в процесі зворотного зв'язку, тим самим забезпечуючи можливість виживання і розвитку.

Якщо менеджери розглядають вплив зовнішнього середовища на організацію, їм важливо в управлінських рішеннях розуміти, що характеристики оточення відмінні, але в той же час пов'язані з факторами організацій та внутрішнім середовищем бізнесу.

Також зовнішнє середовище організації трактують як систему та сукупність факторів, які впливають на діяльність організації, а саме: конкуренти, споживачі, державні установи, фінансові інститути, постачальники та партнери, HR – ресурси та інші. Основні фактори зовнішнього середовища найчастіше класифікуються за такими групами: економічні, політико-правові, соціально-демографічні, екологічні, технологічні та інноваційні, міжнародні.

Така ризикова складова зовнішнього середовища як конкуренти найбільш небезпечна. Кожен менеджер повинен в своїй управлінській діяльності розуміти, якщо він не задовольняє потреби цільового сегменту так ефективно, як і його конкуренти, то тривало бізнесу динамічних ринкових умовах існувати не буде і не зможе рухатись вперед. Під конкурентами менеджери повинні розуміти не тільки ті організації, які реалізують такі ж товари, але з іншою маркою, але і компанії, що випускають товари-субститути. Треба розрізняти конкурентів реальних за долею ринку і потенційних в перспективі.

Численна кількість організацій може не звертати уваги на можливі загрози з боку зовнішнього середовища і як результат доля ринку може зменшитись. Про це менеджмент компанії потрібен пам'ятати та своєчасно вирішувати

питання, які з'явилися через вихід на ринок нових товарів чи виробників. Вирішення цих питань спрямоване до глибокої спеціалізації та високої унікальності у виробництві продукту чи послуги, зниження витрат та контроль над каналами збуту продукції та логістики.

Саме конкуренти можуть певним чином про стимулювати та активізувати вже монотонну діяльність підприємства, але вони стимулюють впровадження інноваційних процесів. Завдяки конкурентам підприємство з метою збільшення своєї частки ринку намагається постійно вдавати різноманітні заходи, тобто впроваджувати інновації, модернізувати свою ринкову та збутову діяльність. Таким чином, конкуренти спонукають менеджерів до розробки правильних стратегій диверсифікації, що зменшує ризики від факторів прямого впливу.

При прямуванні напрямків роботи, організації ринкової діяльності сформовані фактори зовнішнього середовища необхідно брати до уваги при виборі галузі та сфери, при розробці стратегій, місії та системи цілей організації. Питання налагодження відносин з іншими підприємствами та державою також потрібно об'єднувати з впливом позитивних та негативних проявів факторів оточення, та вміти перетворювати ризики та можливі загрози на сприятливі можливості розвитку в майбутньому.

Виживання – це найголовніше завдання будь-якої організації і саме це залежить від зовнішнього оточення та вміння менеджерів управляти ситуацією. Зовнішнє середовище бізнесу формується її діловим та фоновим оточенням. Завдяки елементам ділового впливу організація перебуває в стані невизначеності, це ознака процесу двобічної дії, тому що це може впливати шляхом цілеспрямованих дій або договорів на постачальників, посередників, споживачів.

Взаємодія організації чи окремих підприємств з ринковим оточенням часто характеризується специфічними рисами: окремі компоненти середовища по-різному впливають на окремі підприємства завдяки системному підходу, окремі підприємства що залежать як від сфери та галузі діяльності, а також територіального розміщення та якості менеджменту підприємства. Управлінські рішення в рамках аналізу зовнішнього середовища дозволяють зробити головний висновок: для ефективних управлінських рішень кожне підприємство має з'ясувати для себе, які саме із зовнішніх факторів найістотніше впливають на його діяльність, і ретельно досліджувати цей вплив.

Отже, сучасні конкурентоздатні організації повністю залежать від навколишнього світу, зовнішнього середовища, різноманітних ресурсів, споживчої поведінки, економічного клімату, впливу державних установ, конкуренції,

соціального середовища, рівня інноваційного розвитку. Саме ці фактори які дуже пов'язані між собою системно впливають на все, що відбувається навколо та всередині організації.

Список використаних джерел:

1. Гершун А. М. Анализ внешней среды бизнеса [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.cfin.com/management/strategy/plan/t_e_m_p_l_e_s.shtml
2. Кіпа Д. В. Визначення впливу зовнішнього середовища на формування конкурентної стратегії підприємства / Д. В. Кіпа // Бізнес Інформ. – 2014. – № 9. – С. 322–329.
3. Стратегічне управління : навч. посіб. / [Дикань В. Л., Зубенко В. О., Маковоз О. В. та ін.]. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 272 с.

Фортуна А. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

СУЧАСНІ МЕТОДИ ОЦІНКИ

ЙМОВІРНОСТІ БАНКРУТСТВА ПІДПРИЄМСТВА

Банкрутство – це визнаний у судовому порядку фінансовий стан суб'єкта господарювання, за якого він не здатен виконати свої зобов'язання у визначений термін у зв'язку зі значним їх перевищенням над активами [1]. Методичне забезпечення ймовірності настання банкрутства можна розділити на два підходи: державний та науковий [2].

Державний підхід ґрунтується на використанні «Методики проведення поглибленого аналізу фінансово-господарського стану неплатоспроможних підприємств та організацій» та «Методичних рекомендацій щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій із приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства». Особливу увагу в цих методиках приділено розрахунку не лише загальних показників оцінювання фінансового стану, а коефіцієнтів, що дають змогу визначити схильність підприємства до погіршення фінансового стану або у цілому до проявів банкрутства [3].

Науковий підхід ґрунтується на авторських методиках (комерційних), які є комерційною таємницею їх власників та базових методиках (загальновідомих), які широко висвітлюються у спеціальній літературі, використовуються в науково-дослідній роботі. Авторські методики, здебільшого, розробляються для практичного використання на вибір і за потреби фінансовими аналітиками, менеджерами, спеціалістами з антикризового управління. Базові методики (загальновідомі)