

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1. Теоретические аспекты влияния внешней среды на развитие предприятия.....	5
1.1. Понятие и методы анализа внешней среды.....	5
1.2. Классификация факторов внешней среды предприятия.....	7
2. Оценка влияния внешней среды на развитие группы компаний «Русский Холод» город Москва.....	10
2.1. Техничко-экономическая характеристика группы компаний «Русский Холод» город Москва.....	10
2.2. Анализ внешней среды группы компаний «Русский Холод»	14
3. Пути адаптации группы компаний «Русский Холод» город Москва к изменениям внешней среды.....	17
3.1. Совершенствование производственной деятельности.....	17
3.2. Совершенствование сбытовой деятельности.....	19
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	22
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	25

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность работы обусловлена тем, что в процессе финансово-хозяйственной деятельности, организация осуществляет взаимодействие с различными субъектами рынка, среди которых особенно выделяются факторы внешней среды.

Взаимодействие организации с факторами внешней среды обусловлено тем, что без внешнего окружения невозможно представить функционирование ни одной компании в рамках национального хозяйства. Именно поэтому, руководство современных организаций выделяет большое внимание воздействию факторов внешней среды на деятельность компании. С этой целью, регулярно анализируется конкурентный сред компаний и выявляются слабые стороны в деятельности собственной компании с целью предотвращения негативных последствий.

Целью работы является изучения текущего состояния и перспектив развития внешней среды группы компаний «Русский Холод» город Москва.

Задачи работы:

1. Изучить понятие и методы анализа внешней среды;
2. Исследовать классификацию факторов внешней среды предприятия;
3. Рассмотреть технико-экономическую характеристику группы компаний «Русский Холод» город Москва;
4. Провести анализ внешней среды группы компаний «Русский Холод»;
5. Рассмотреть совершенствование производственной деятельности;
6. Рассмотреть совершенствование сбытовой деятельности.

Объектом исследования в работе выступает группа компаний «Русский Холод» город Москва.

Предмет изучения – исследование внешней среды группы компаний «Русский Холод» город Москва.

Написание работы основано на применении методологической базы исследования, в рамках которой особенно можно выделить аналитический и статистический методы.

Эмпирическая база. В основе научной базы исследования при анализе работы были использованы статьи и монографии, посвященные рассмотрению влияния внешней среды на финансово-хозяйственную деятельность компании

Структура работы представлена введением, основной частью, заключения и списком использованной литературы.

1. Теоретические аспекты влияния внешней среды на развитие предприятия

1.1. Понятие и методы анализа внешней среды

По мнению большинства, ученых, любая организация вне зависимости от направления финансово-хозяйственной деятельности представляет собой взаимосвязанный механизм функционирующих между собой элементов.¹

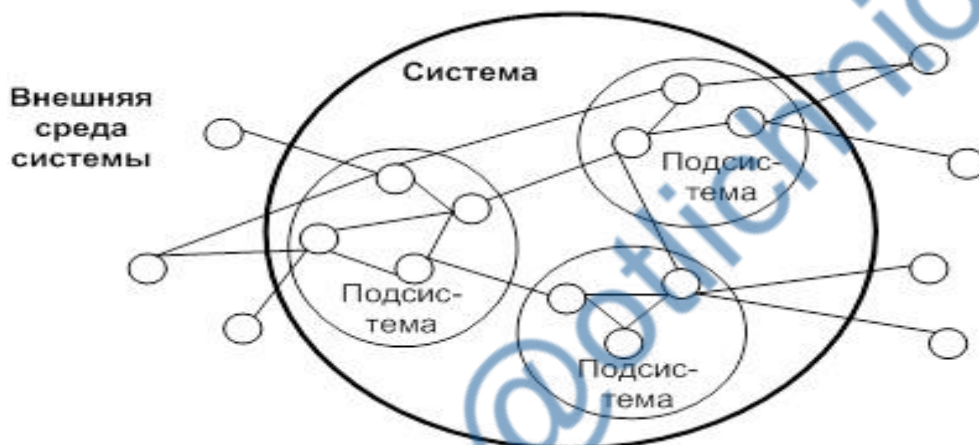


Рис 1.1. Организация как система

Организация в процессе финансово-хозяйственной деятельности преследует достижение определенного спектра целей, которые представлены на рисунке 1.2



Рис 1.2. Цели организации

¹Авдеев А.О. Внешняя среда организации и ее роль в обеспечении конкурентоспособности организации в рамках рынка - 2016. - С. 19-24.

Все организации в условиях рыночного хозяйства принято отождествлять исходя из признаков классификации, которые представлены на рисунке 1.3.⁴

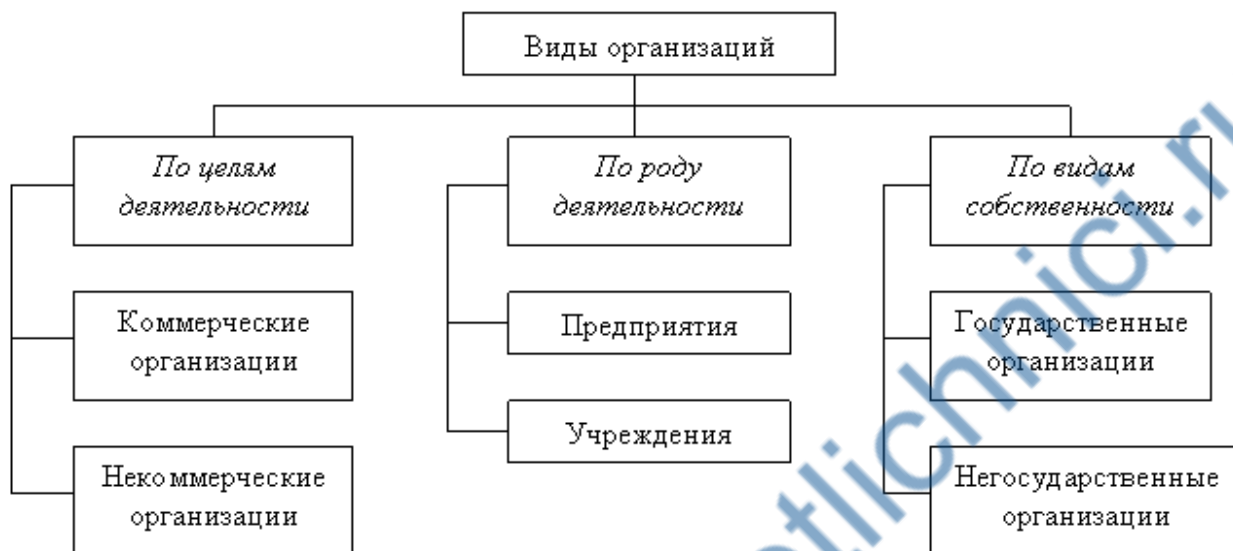


Рис 1.3. Виды организаций

Данные рисунка 1.3. наглядно показывают, что все компании в рамках рыночного хозяйства принято отождествлять исходя из классификационных признаков, а именно:

- целевого характера;
- рода деятельности;
- вида деятельности.

Однако, вне зависимости от того, какая организационная структура управления в той или иной компании и в какой отрасли они осуществляет свою деятельность, важное влияние на ее функционирование оказывает внешняя среда.⁵

Под внешней средой принято понимать совокупность факторов, которые оказывают влияние на деятельность компании извне.

⁴ Горбунова А.Ю. Менеджмент современных организаций // Известия Алтайского государственного университета. -2016.- № 2. - С. 24-29.

⁵ Колмыкова Т. С. Роль внешней среды в деятельности компании – М.: Издательство РАГС - 2016. – С.55

Внешняя среда может оказывать как положительное, так и отрицательное влияние на деятельность компании. Рассмотрим его более подробно.²

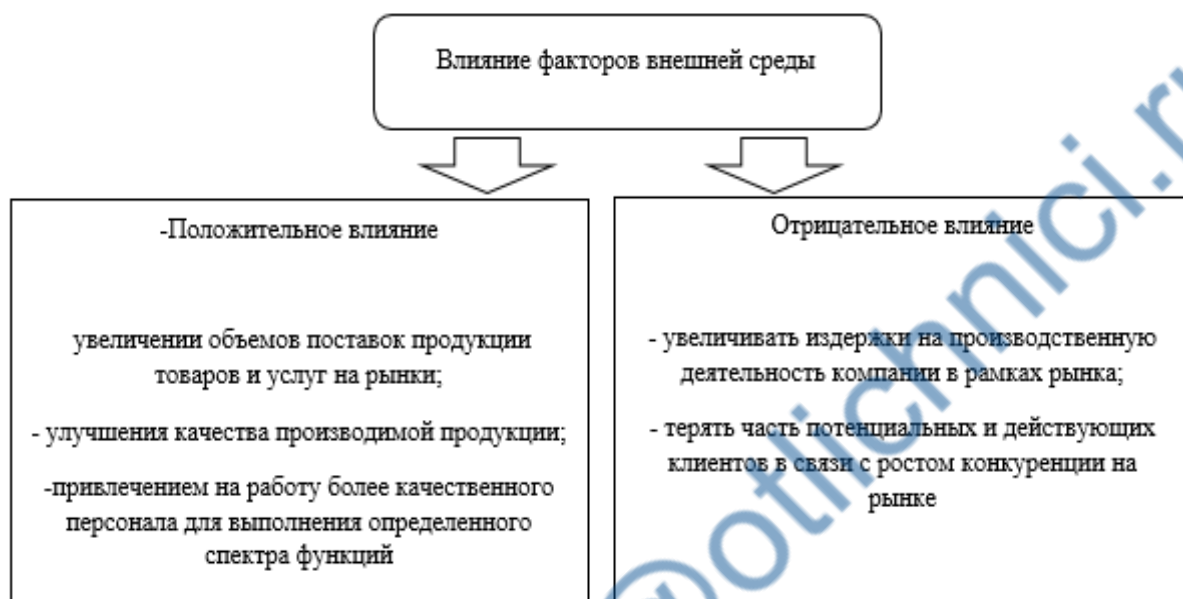


Рис 1.4. Влияние факторов внешней среды

Для руководителя организации важно, вовремя реагировать на те или иные изменения внешней среды с целью предотвращения негативных последствий и потенциального банкротства.³

Более детально, ключевые факторы внешней среды организации отображены в следующем параграфе.

1.2. Классификация факторов внешней среды предприятия

Как уже было сказано ранее в предыдущем параграфе, факторы внешней среды могут иметь как положительные, так и отрицательные последствия для деятельности компании.⁶

² Агибалова Е.А. Особенности функционирования компаний в рамках внешней среды 2016. - С. 13-15.

³ Горбунова А.Ю. Менеджмент современных организаций // Известия Алтайского государственного университета. -2016.- № 2. - С. 24-29.

⁶ Коротков Э.М. Специфика управления в условиях влияния внешней среды . - М.: Юрайт. — 2015. - 640 с.

Несмотря на это, все факторы внешней среды различные ученые в своих научных трудах отождествляют на две крупные категории, а именно факторы прямого и косвенного воздействия.⁷

К факторам прямого воздействия принято относить те категории факторов, которые оказывает непосредственное воздействие на функционирование компании извне. К подобным факторам относят:

1. поставщики,
2. потребители,
3. конкуренты,
4. профсоюзы,
5. банки,
6. государственные и муниципальные организации,
7. акционеры,
8. посредники.

В свою очередь, к факторам косвенного воздействия принято относить те группы факторов, которые оказывают влияние на деятельность компании опосредованно., т.е. косвенно.⁸

Факторы косвенного воздействия создают общие для всех условия деятельности.

К ним можно отнести:

1. экономические и политические факторы,
2. рынок труда и законодательную систему,
3. природно-климатические условия и т.д.

Обобщив выше представленный материал в графический рисунок можно получить ту картину, которая схематично отображена на рисунке 1.4.⁹

⁷ Крейнер С. Значение факторов внешней и внутренней среды на финансово-хозяйственную деятельность компании . – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес». — 2015. – 368 с.

⁸ Ленкова О.В., Осинская И.В., Шалахметова А.В. Теория принятия стратегических решений. Гриф УМО Тюмень:ТюмГНГУ. -2015 - 224с.

⁹ Мескон М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. Пер. с англ. 3-е изд. — М.: Вильямс - 2015. — 698 с

Таким образом, отметим, что внешняя среда для организации является ее неотъемлемым элементом, без которого невозможно представить сбалансированное функционирование компании в рамках рынка.



Рис 1.5. Влияние внешней среды на деятельность организации

Подводя итог по данной главе скажем о том, что внешняя среда есть не что иное, как платформа, в рамках которой осуществляют свое взаимодействие различные субъекты рынка.

Более детально, практический аспект исследования воздействия внешней среды на компанию представим в следующей главе.

2. Оценка влияния внешней среды на развитие группы компаний

«Русский Холод» город Москва

2.1. Техничко-экономическая характеристика группы компаний

«Русский Холод» город Москва

Группа компаний «Русский Холод» – это два современных производства мороженого в Москве и Барнауле, оснащенные новейшим оборудованием, складскими и морозильными терминалами, собственными автопарками.¹⁶

Составим 5-факторную модель Портера группы компаний «Русский Холод» город Москва, которая графически представлена на рисунке 2.1



Рис 2.1 Пяти факторная модель анализа конкурентной среды М.

Портера группы компаний «Русский Холод» город Москва

Далее, отобразим так называемую ресурсную модель рассматриваемой компании, которая схематично представлена на рисунке 2.2

¹⁶ ООО «Русский холод» [Электронный ресурс]; Режим доступа : <https://www.rusholod.ru/>

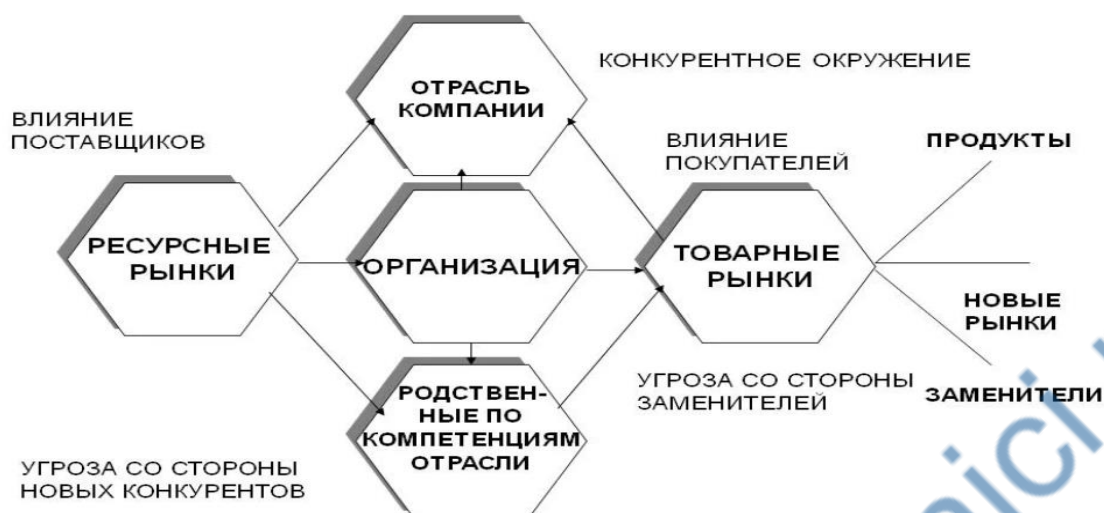


Рис 2.2. Ресурсная модель анализа конкурентной среды группы компаний «Русский Холод» город Москва

Группа компаний «Русский Холод» город Москва — компания, отвечающая за достойную и комфортную жизнь людей. Далее составим карту стратегических групп компании исходя из таких критериев, как:

- темы роста рынка
- относительная доля рынка

Результаты данного исследования представим на рисунке 2.3¹⁶

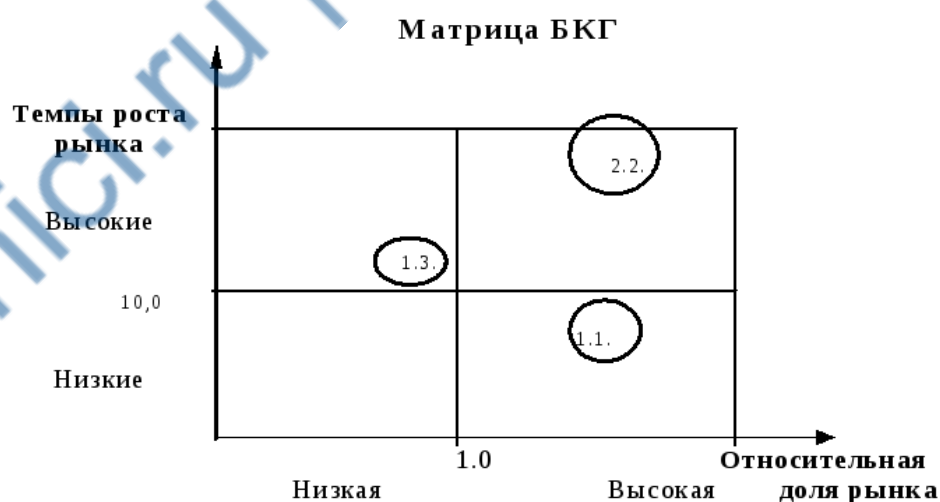


Рис 2.3. Карта стратегических групп группы компаний «Русский Холод» город Москва

¹⁶ ООО «Русский холод» [Электронный ресурс]; Режим доступа : <https://www.rusholod.ru/>

Теперь перейдём, непосредственно, к анализу технико-экономических показателей, которые помогут нам определить экономическую эффективность деятельности предприятия.

Таблица 2.1 - Основные технико-экономические показатели группы компаний «Русский Холод»

Показатели	2018г.	2019г.	2020г.	2021г.	Изменени е 2021г. к 2018г., %
1	2	3	4	5	6
Среднегодовая численность персонала, чел.	120	123	139	139	115,83
Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.	9650,5	40341	85831	97370,5	1008,97
Среднегодовая стоимость оборотных средств, тыс. руб.	233467,5	268800	286935,5	296001	126,78
Выручка от продаж, тыс. руб.	542178	614570	644787	700649	129,23
Себестоимость продукции, тыс. руб.	510535	555018	588125	642090	125,77
Прибыль от продаж, тыс. руб.	31643	59552	56662	58559	185,06
Чистая прибыль, тыс. руб.	34512	44865	38979	39749	115,17
Рентабельность производства, %	13,02	19,26	15,20	14,89	115,83

Анализируя таблицу, можно заметить, что в целом все технико-экономические показатели увеличились в 2018г. по сравнению с 2015г. Самый большой рост наблюдается у показателя среднегодовой стоимости основных средств (на 908,97%), на втором месте – прибыль от продаж (рост на 85,06%). Рост остальных показателей варьируется от 15% до 29%.¹⁶

Перед тем, как переходить к исследованию организации, проведем ее SNW-анализ, данные о котором отобразим на рисунке 2.4

¹⁶ ООО «Русский холод» [Электронный ресурс]; Режим доступа : <https://www.rusholod.ru/>



Рис 2.4. SNW-анализ группы компаний «Русский Холод» город Москва

Рисунок 2.4. наглядно показывает, что 5 баллов сильная сторона, 3 – слабая сторона, 4 балла – средняя сторона компании¹⁶



Рис 2.5. Факторы микросреды группы компаний «Русский Холод» город Москва

¹⁶ ООО «Русский холод» [Электронный ресурс]; Режим доступа : <https://www.rusholod.ru/>

Важное значение на развитие компании выступают факторы микросреды, которые более наглядно отобразим в виде рисунка 2.5

Как можно заметить из данных рисунка 2.5, факторы микросреды могут оказывать как положительное, так и отрицательное воздействие на предприятие и руководству группы компаний «Русский Холод» город Москва необходимо устранять возможные негативные последствия со стороны микросреды.

В последнее время основная масса показателей финансово-хозяйственной деятельности имеет негативную тенденцию и регулярно снижается. Данное обстоятельство обусловлено рядом проблем:

1.Снижением уровня доходов населения. Потребители приобретают меньше количество продукции;

2.Снижение деловой активности. Приобретаются как правило товары низкой и средней ценовой группы, в то время как товары высокой ценовой группы практически не реализуются.

Важное значение на финансово-хозяйственную деятельность компании оказывает внешняя среда, речь о которой более предметно пойдет в следующем параграфе.

2.2. Анализ внешней среды группы компаний «Русский Холод»

Проведенное исследование в предыдущем параграфе показало, что компания в целом, осуществляет сбалансированную финансово-хозяйственную деятельность в рамках рынка.

С целью дальнейшей детальной оценки влияния внешней среды компании на деятельность самой компании рассмотрим такие факторы, как:

- демографическая экономическая среда;
- природная среда;
- политическая среда.

Влияние данных факторов на деятельность компании отобразим более детально на рисунке 2.6



Рис 2.6 Факторы макросреды компании группы компаний «Русский Холод»

Как можно заметить из данных рисунка 2.6, факторы макросреды могут оказывать как положительное, так и отрицательное воздействие на группу компаний «Русский Холод»

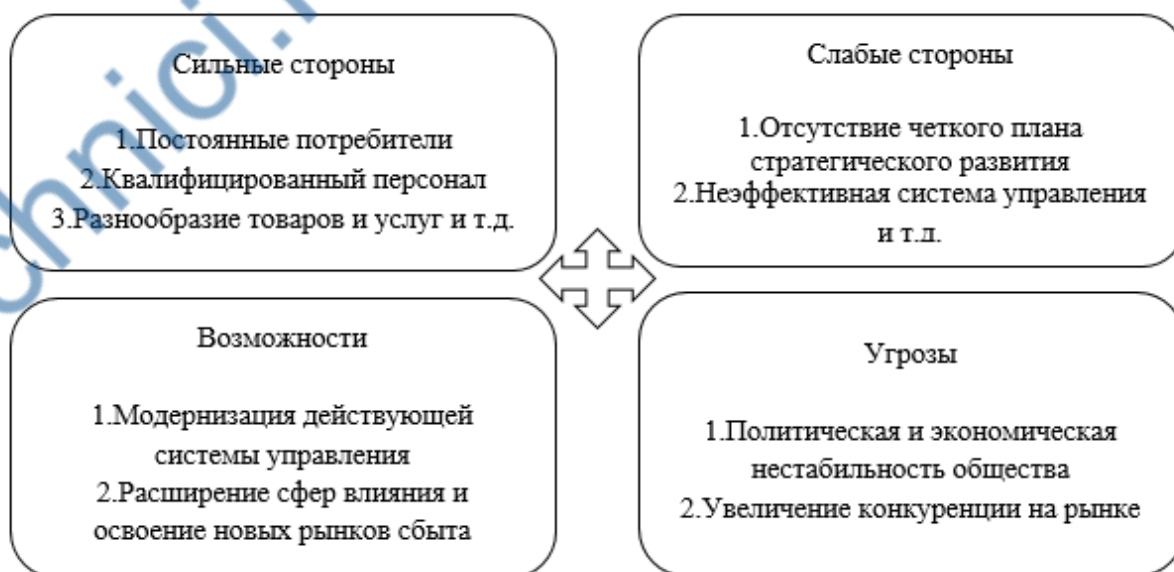


Рис 2.7 SWOT-анализ группы компаний «Русский Холод»

Немаловажное значение на деятельность компании оказывает и исследование сильных и слабых сторон компании, возможностей и угроз. Данный анализ по компании представим на рисунке 2.7

Анализ данного рисунка позволяет сказать о том, что в компании достаточно много сильных сторон, при этом, наблюдается ряд возможностей и потенциальных угроз.

Проведем GAP-анализ деятельности группы компаний «Русский Холод» в зависимости от:

1. Стратегических целей
2. Текущего положения
3. Возможных стратегий развития и т.д.

Данные по рассматриваемым показателям, представим на рисунке 2.8



Таблица 2.7. GAP-анализ деятельности группы компаний «Русский Холод»

Для того, чтобы улучшать показатели деятельности группы компаний «Русский Холод», необходимо применять комплекс мер, речь о которых более предметно пойдет в следующей главе.

3. Пути адаптации группы компаний «Русский Холод» город Москва к изменениям внешней среды

3.1. Совершенствование производственной деятельности

Пути повышения эффективности производства – комплекс конкретных мероприятий по росту эффективности производства в заданных направлениях.

Компания регулярно тратит определенное количество финансовых средств на пиар-деятельность. Более детально структура рекламных затрат представлена на рисунке 3.1¹⁶

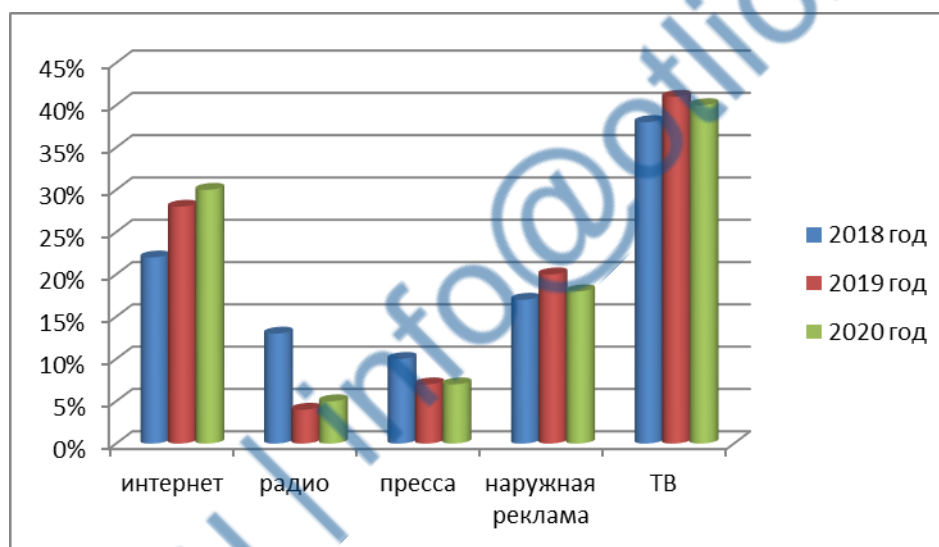


Рис 3.1. Структура рекламных затрат группы компаний «Русский Холод» город Москва по типам рекламы в %

Данные рисунка 3.1. свидетельствуют о том, что за последние годы существенно вырастает роль рекламы по средствам интернета и ТВ, при это значительным образом снижается популярность рекламы по средствам радио и газет.

¹⁶ ООО «Русский холод» [Электронный ресурс]; Режим доступа : <https://www.rusholod.ru/>

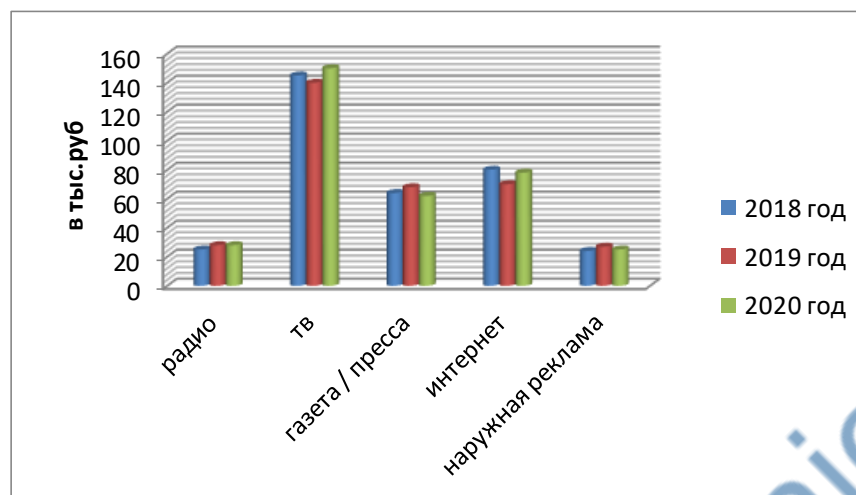


Рис 3.2 Динамика затрат группы компаний «Русский Холод» город Москва на рекламу (в тыс руб)

Комплексный механизм сбалансированной финансово-хозяйственной деятельности компании на долгосрочную перспективу включает в себя так называемое «дерево целей», которое отображено на рисунке 3.3.



Рис 3.2. Система дерева целей группы компаний «Русский Холод» город Москва

Руководство компании разрабатывает различные мероприятия с целью улучшения деятельности компании в рамках рынка, к которым можно отнести:

1. Повышение эффективности использования средств труда.
2. Повышение эффективности использования предметов труда.
3. Повышение эффективности использования трудовых ресурсов. В этих целях осуществляется рационализация организации трудовых процессов, организации рабочих мест и т.д.
4. Совершенствование систем оплаты труда и премирования работников.
5. Совершенствование управления и т.д.

Помимо предложенных направлений по совершенствованию производственной деятельности, необходимо рассмотреть спектр мер по развитию дальнейшей сбытовой деятельности, которая описана конкретно в следующем параграфе.

3.2. Совершенствование сбытовой деятельности

Для укрепления позиций любого предприятия важно развивать и совершенствовать сбытовую деятельность. Данная деятельность включает в себя маркетинговую и финансовую деятельность предприятия.¹⁶



Рис 3.3. Цепочка ценностей группы компаний «Русский Холод» город Москва

¹⁶ ООО «Русский холод» [Электронный ресурс]; Режим доступа : <https://www.rusholod.ru/>

Для реализации стратегии группы компаний «Русский Холод» город Москва необходима разработка цепочки ценностей компании, которая схематично отображена на рисунке 3.3.

Основными целями маркетинговой деятельности предприятия является изучение следующих вопросов:

- изучение потребителя и мотивов его рыночного поведения;
- анализ рынка предприятия;
- анализ каналов сбыта;
- исследование деятельности в области рекламы;
- анализ объема продаж;
- исследование конкурентов;
- изучение производимого продукта;
- определение самых эффективных методов продвижения товара.

Что касается группы компаний «Русский Холод», в структуре предприятия активно действует отдел маркетинга.

Необходимо отметить, что помимо сезонных изменений упаковки различных видов мороженого, несколько лет назад отделом маркетинга была проведена полная смена логотипа компании.

Известный на протяжении многих лет покупателям белый слоник на зеленом фоне сменился слоником коричневого цвета, нарисованным с использованием элементов графического дизайна. А привычный зеленый цвет был заменен на синий. Такие изменения потребовали не только упорного труда работников отдела маркетинга, но и больших затрат, так как группы компаний «Русский Холод» имеет большое количество брендированных точек сбыта, автомобилей по доставке продукции и холодильного оборудования в крупных российских магазинах, где нужно было поменять дизайн с использованием нового логотипа компании.

Также, маркетинговый отдел на фабрике мороженого группы компаний «Русский Холод» занимается внедрением различных новых разработок.

Главные критерии в этих разработках – уникальность, свежесть решений. К каждому сезону маркетологи стараются внедрить что-то новое в производство и сбыт продукта, при этом бережно сохраняя традиции классических рецептур и высокие требования к качеству готового продукта. Все это позволяет динамично увеличивать продажи мороженого и повысить привлекательность ассортимента у потребителей.

Рекомендацией для группы компаний «Русский Холод» в разрезе маркетинговой деятельности будет активное развитие рекламы. Реклама – значительный двигатель продаж, а данный бренд мороженого мало рекламируют. Поэтому, по моему мнению, увеличение рекламы должно повысить уровень финансовых показателей в будущем.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В завершении работы подведем итоги и сделаем выводы:

Любая организация вне зависимости от направления финансово-хозяйственной деятельности представляет собой взаимосвязанный механизм функционирующих между собой элементов. Все компании в рамках рыночного хозяйства принято отождествлять исходя из классификационных признаков, а именно:

- целевого характера;
- рода деятельности;
- вида деятельности.

Внешняя среда - это большое количество сил и субъектов, которые оказывают сильное влияние на существование предприятия. Внешняя среда может оказывать как положительное, так и отрицательное влияние на деятельность компании. Рассмотрим его более подробно.

Положительное влияние факторов внешней среды на деятельность организации может выражаться в:

- увеличении объемов поставок продукции товаров и услуг на рынки;
- улучшения качества производимой продукции;
- привлечением на работу более качественного персонала для выполнения определенного спектра функций и т.д.

В тоже время, внешняя среда может и негативным образом влиять на деятельность компании. А именно:

- увеличивать издержки на производственную деятельность компании в рамках рынка;
- терять часть потенциальных и действующих клиентов в связи с ростом конкуренции на рынке и т.д.

Проведенный анализ по оценке финансового состояния группы компаний «Русский Холод» показал, что:

1. Бухгалтерский баланс нельзя назвать «хорошим», потому что соответствие присутствует только по двум признакам из пяти, рассматриваемых мной.

2. Бухгалтерский баланс нельзя считать достаточно ликвидным.

3. Значения коэффициентов ликвидности не удовлетворяют нормативным.

4. Рассчитанные коэффициенты также не свидетельствуют о стабильной финансовой устойчивости.

5. У предприятия наблюдаются проблемы с ликвидностью и платежеспособностью.

6. Показатели рентабельности характеризуют группы компаний «Русский Холод» как предприятие, которое не все свои ресурсы использует эффективно.

Исследование, проведенное по компании с целью выявления недостатков от внешнего воздействия, позволяет сказать о том, что к ним относят:

- рост конкуренции в рамках рынка;
- увеличение производственных издержек и затрат на производственную деятельность компании;
- отток квалифицированных сотрудников в другие компании, на более прибыльных условиях по заработной плате и т.д.

Для того, чтобы преодолеть последствия от влияния внешней среды на деятельность компании, необходимо применять комплекс мер, среди которых:

1. Пересмотр существующей модели управления в рамках организационного механизма;
2. Улучшение условий труда с целью увеличения стимулирования действующих сотрудников к выполнению своих обязанностей;
3. Улучшение использования основных средств и производственных ресурсов;

4.Снижение издержек и затрат на закупку материала для производства и др.

Реализация вышеназванных направлений позволит сделать деятельность группы компаний «Русский Холод» более эффективной и рациональной в условиях рынка.

Otlichnici.ru | info@otlichnici.ru

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Периодические издания, статьи и монографии

1. Авдеев А.О. Внешняя среда организации и ее роль в обеспечении конкурентоспособности организации в рамках рынка - 2016. - С. 19-24.
2. Агибалова Е.А. Особенности функционирования компаний в рамках внешней среды 2016. - С. 13-15.
3. Балашов А.П. Теория организации: Учебное пособие / А.П. Балашов. - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М. - 2013. - 208 с.
4. Горбунова А.Ю. Менеджмент современных организаций // Известия Алтайского государственного университета. -2016.- № 2. - С. 24-29.
5. Колмыкова Т. С. Роль внешней среды в деятельности компании – М.: Издательство РАГС - 2016. – 557 с
6. Коротков Э.М. Специфика управления в условиях влияния внешней среды . - М.: Юрайт. — 2015. - 640 с.
7. Крейнер С. Значение факторов внешней и внутренней среды на финансово-хозяйственную деятельность компании . – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес». — 2015. – 368 с.
8. Ленкова О.В., Осинская И.В., Шалахметова А.В. Теория принятия стратегических решений. Гриф УМО Тюмень:ТюмГНГУ. -2015 - 224с.
9. Мескон М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. Пер. с англ. 3-е изд. — М.: Вильямс - 2015. — 698 с.
10. Малышев. М.Л. Внешняя среда организации, как ключевой индикатор в финансово-хозяйственной деятельности компании– М.: ЗАО «Олимп-Бизнес». — 2014. – 218 с.
11. Назаров И.Д, Влияние макроокружения на деятельность компании в рамках рынка– М.: Издательство РАГС - 2015. –216с.
12. Никоноров М.Д. Роль руководителя в решении проблем внешнего влияния на деятельность компании– М.: Издательство РАГС - 2016. – 557 с

13.Опаров И.Л. Внешняя и внутренняя среда компании, как инструменты непосредственного воздействия– М. : РИПОЛ - 2014. – 121с.

14. Федоров А.В. Веретенникова И.И., Сергеев И.В. Экономика организации (предприятия). Москва : Юрайт - 2016. - 42 с.

15.Щукин Р.Л, Волков О.И., Склярченко В.К. Экономика предприятия : курс лекций. Москва : Инфра-М - 2016. - 50 с.

Электронные ресурсы

16. ООО «Русский холод» [Электронный ресурс]; Режим доступа : <https://www.rusholod.ru/>