

Новикова Анастасия Александровна
студентка
ВГУЭС «Владивостокского Государственного
университета экономики и сервиса».
Anastasia_Novikova2211@mail.ru

**Анализ влияния факторов микро- и макросреды на деятельность
предприятия сферы услуг (на примере ООО «Такси-Владивосток»)**

*В статье представлен инструментарий оценки микро- и макросреды
предприятия, приведен пример выбора стратегии развития организации на
основе данного анализа.*

Ключевые слова: внешняя среда организация, внешние факторы,
среда воздействия, стратегия развитие.

Anastasia A. Novikova
Student,
Vladivostok State University of Economics and Service

**Analysis of Influence of Micro- and Macroenvironmental Factors on
Activity of Enterprise of the Service Sector (through the example of LTD
"Taxi-Vladivostok")**

*The article describes tools for analysis of micro- and macroenvironment of
an enterprise. The analysis is illustrated by an example of a choice of strategy of
development for an enterprise.*

Keywords: external environment, external factors, environment of
influence, strategy of development.

В условиях постоянно меняющихся факторов внешней среды, влияющих на организацию, основным показателем успеха деятельности компании является способность руководителей быстро адаптировать её бизнес-стратегию к условиям неопределенности. Эффективность стратегического управления напрямую зависит от своевременного и комплексного анализа микро- и макросреды организации. Систематичность данного подхода позволяет компании четко понимать свои возможности и максимально рационально использовать их для снижения угроз, возникающих под влиянием внешней среды.

Объектом нашего исследования выступило предприятие сферы услуг г.Владивосток ООО «Такси – Владивосток». В ходе исследования нами была проведена комплексная оценка внешних факторов, влияющих на данную организацию, разработана эффективная стратегия развития ООО «Такси – Владивосток».

Рассмотрим основные **факторы прямого воздействия** [1, стр. 120] на деятельность ООО «Такси – Владивосток»:

Поставщики. Оценивать данный фактор с характерных его сторон относительно компании ООО «Такси-Владивосток» не получится. Компания не нуждается в постоянных поставках материала или оборудования, но, тем не менее, нуждается в рабочей силе.

Материалы. Что касается материала, то им будут являться сами автомобили, прокат которых предоставляет компания. Обновление автомобиля для его эффективной эксплуатации сводится к 3-5 годам, в случае использования автомобиля в повседневной жизни. В случаях, когда автомобиль является предметом аренды, срок его изнашивания сводится к 1,5-2 годам. Для ООО «Такси – Владивосток» - это является показателем для периодического обновления парка автомобилей.

Капитал. Капитал на покупку автомобилей или оплаты предоставления дополнительных услуг складывается из дохода компании или личных средств единственного руководителя.

Трудовые ресурсы. В данном случае набор специальностей и квалификации персонала должны гармонировать со спецификой деятельности организации.

Потребители. П.Друкер утверждал: «Единственная цель бизнеса-создавать потребителя»[2, стр.115]. При чем, на мой взгляд, важно иметь постоянную базу клиентов и периодически сменяющуюся.

Конкуренты. Один из самых значимых факторов, ведь если ваша организация не конкурентоспособна, то не имеет права и возможности на существование. Не редки случаи, когда именно конкуренты определяют род деятельности компании, материалы, капитал, возможность или необходимость технических нововведений.

Среда косвенного воздействия не так явно влияет на организацию и операции, происходящие внутри. Анализируя организацию ООО «Такси-Владивосток», мы рассмотрим лишь некоторые факторы, которые действительно могут оказывать косвенное влияние на деятельность организации.

К **политическим факторам** повлиявшим на развитие авто проката относятся проведение во Владивостоке Саммита АТЭС «Владивосток-2012» со 2 по 9 сентября 2012 года, проведение Восточно-экономического форума 17-20 сентября 2015 года. Требовалось большое количество машин бизнес-класса, которое «Такси-Владивосток» могло предоставить.

Социокультурным факторами, оказавшими влияние на деятельность ООО «Такси – Владивосток», являются: создание в Приморье Первой игровой зоны (ПИКВ), которая располагается между городами Артем и Владивосток. Создание зоны ПИКВ способствует привлечению туристов и

приезжих. Так же большое значение оказал запуск федерального университета на острове Русском, строительство мостов и общее его преобразование.

Важным фактором эффективного бизнеса является наличие у организации стратегии развития. Реализация стратегических целей и эффективное управление деятельностью ООО «Такси – Владивосток» достигаются применением стратегии развития нового направления «Премиум - Такси».

Основываясь на результатах проведенного исследования, мы пришли к выводу о том, что спрос на услуги «Премиум - Такси» есть. Составим прогноз продажи услуг на ближайшие 2 года. За основу расчета возьмем, что оплата за услуги «Премиум – Такси» производится за час времени и составляет 2800 руб./час. При расчете также учтена сезонность (таблица 1) – как один из главных факторов для ООО «Такси – Владивосток».

Таблица 1. Расчет объема реализации услуги «Премиум – Такси» в зависимости от сезона

Время	2кв.2 016г.	3кв.2 016г.	4кв.2 016г.	1кв.2 017г.	2кв.2 017г.	3кв.2 017г.	4кв.2 017г.	2кв.2 016г.
V реализации (часы)	80	85	80	75	115	120	100	130

Далее рассчитаем поступления прибыли от реализуемых продаж услуг «Премиум – Такси». Результаты расчета представлены в таблице 2.

Таблица 2. Прогноз продаж услуги «Премиум–Такси» ООО «Такси-Владивосток»

Время	2кв.2016г.	3кв.2016г.	4кв.2016г.	1кв.2017г.	2кв.2017г.	3кв.2017г.	4кв.2017г.	2кв.2016г.
V(часы)*на ср.ст.услуги	80* 2800	85* 2800	80* 2800	75* 2800	115* 2800	120* 2800	100* 2800	130* 2800
Прибыль	224000	238000	224000	210000	322000	336000	250000	364000
Итоговая сумма							2, 168, 000 руб.	

Исходя из полученных результатов, при прогнозном значении объема реализации услуги «Премиум – Такси» в размере 785 часов, суммарная прибыли ООО «Такси – Владивосток» составит 2 168 000 руб.

Для эффективной реализации стратегии компании и достижения прогнозной прибыли ООО «Такси – Владивосток» ставит перед собой следующие стратегические цели:

1. адаптация выбранного стратегического направления к условиям внешней среды организации;
2. достижение и обеспечение стабильного финансового и материального положения компании на рынке;
3. увеличение объемов реализации услуг за счет грамотной маркетинговой политики.

Одним из ключевых направлений развития организации является формирование маркетинговой политики, которая включает следующие действия:

1. Анализ и выявление спроса на оказываемые виды услуг, определение их перечня и стоимости.

2. Определение максимально эффективных рекламных каналов для продвижения услуг организации.

В ходе исследования рынка, было принято решение рекомендовать ООО «Такси – Владивосток» в качестве основных каналов для продвижения услуги «Премиум – Такси» и максимальной информированности потенциальных клиентов выбрать рекламу на телевидении, а также интернет-рекламу.

Основная задача телевизионной рекламы – создать организации узнаваемый бренд, обеспечить благоприятное отношение к фирме и её услугам.

На Интернет-площадках необходимо создать профили компании в популярных социальных сетях с полной информацией, фотографиями о «Премиум – Такси». Кроме этого, следует разместить соответствующую информацию на сайте ООО «Такси – Владивосток» и провести работы по SEO-оптимизации сайта по соответствующим интернет-запросам.

Анализ внешней среды организации – это планомерная, систематическая работа, требующая от руководителя организации четкого понимания того, что все факторы макро- и микросреды компании взаимосвязаны и должны рассматриваться только в комплексе. Исследование среды внешнего воздействия – это прямой путь к обеспечению эффективности бизнеса, достижению им своих целей.

Подводя итоги проведенного исследования, хочется отметить, что благодаря комплексному анализу внешней среды организации ООО «Такси – Владивосток», мы пришли к выводу об эффективности реализации уже существующей стратегии компании, а также наличия дополнительных возможностей и перспектив для её развития в будущем.

Список использованных источников:

1. Зуб А.Т. Стратегический менеджмент. Учебник и практикум. – М.: Юрайт, 2015. – 376с.
2. Друкер, Питер Ф. Менеджмент: задачи, обязанности, практика. Пер. с англ, - М. : ООО "И.Д. Вильяме", 2008. — 992 с.

Выходные данные статьи:

Новикова А.А. Анализ влияния факторов микро- и макросреды на деятельность предприятия сферы услуг (на примере ООО «Такси-Владивосток»)//<http://portal-u.ru>: Журнал "У". Экономика. Управление. Финансы. — 2016. URL: http://portal-u.ru/index.php?option=com_k2&view=item&id=1829:analiz-vliyaniya-faktorov-mikro-i-makrosredy&Itemid=1431 (дата обращения).