

ВНЕШНИЕ ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ НА ФИНАНСОВУЮ УСТОЙЧИВОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ

А. В. Пихтарёва

Поволжский государственный университет сервиса

Поступила в редакцию 12 мая 2013 г.

Аннотация: *устойчивость финансового состояния предприятия формируется под влиянием множества внешних факторов. Негативное влияние факторов не только может стать причиной неустойчивого финансового состояния, но и привести к банкротству. Обеспечение финансовой устойчивости является важнейшей задачей финансовых служб и руководства предприятия, условием успешности его внутренних и внешних взаимодействий.*

Ключевые слова: *финансовая устойчивость предприятий, факторы внешнего рынка, факторы внутреннего рынка, анализ внешней среды предприятия.*

Abstract: *stability of the financial condition of the enterprise is formed under influence ensemble external factor. The Negative influence factor can become the reason not only unstable financial condition, but also bring about bankruptcy. Provision to financial stability is a most most important problem of the financial services and managment of the enterprise, condition to success its internal and external interaction.*

Key words: *financial stability enterprise, factors of the foreign market, factors of the home market, analysis of the external ambience of the enterprise.*

Хозяйствующий субъект находится и функционирует под воздействием внешних и внутренних факторов. Влияние внешней среды организации является источником поддержания предприятием его внутреннего потенциала на должном уровне.

Анализ внешней среды организации, как правило, исследуется по трем критериям:

- оценка влияний на различные стороны стратегии финансовой устойчивости;
- исследование факторов, негативно влияющих на реализацию стратегии предприятия. Мониторинг деятельности конкурирующих организаций позволяет хозяйствующему субъекту быть готовым к потенциальным угрозам;
- определение факторов, дающих больше возможностей для достижения стратегических целей организации путем корректировки плана.

Анализ внешней среды дает возможность для выявления важных результатов организации, прогнозирования перспектив развития, для составления плана в связи с наступлением непредвиденных обстоятельств, для формирования системы, позволяющей предупредить возможные угрозы, и разработки стратегий, позволяющих модифицировать угрозы в выгодные возможности [1].

Возможности и угрозы, препятствующие развитию предприятия, с которыми оно сталкивается, можно объединить в несколько областей:

- воздействие экономики и конкурирующих организаций;
- законодательное и политическое влияние;
- социальное и культурное воздействие;
- действия поставщиков и технологий.

Текущее и прогнозируемое экономическое состояние страны может оказать негативное воздействие на стратегические цели хозяйствующего субъекта. В связи с этим все факторы внешней экономической среды (темпы инфляции или дефляции, уровни занятости, налоговая ставка и т.д.) необходимо регулярно определять и оценивать [2].

Законодательное и политическое влияние также может негативно сказываться на формировании и реализации стратегии предприятия, поэтому организациям необходимо следить за изменениями в нормативно-правовых документах федерального правительства и органов местного самоуправления, формирующих нормативно-законодательную базу, регулирующую деятельность предприятий. В исследование рыночной внешней среды входят факторы, оказывающие непосредственное влияние на финансовую устойчивость организации. К таким факторам следует отнести демографические условия, жизнен-

ные циклы товаров или услуг, возможность проникновения на рынок, доходы населения и уровень конкуренции в отрасли. Анализ факторов рынка позволяет организациям укреплять свои позиции по отношению к конкурирующим предприятиям [3].

Как было отмечено выше, прямое воздействие со стороны факторов внешней среды на предприятие оказывает конкурентная среда, исследование которой проводят в несколько этапов:

- анализ целей предприятий-конкурентов;
- оценка стратегии конкурирующих организаций;
- исследование направлений развития конкурирующих предприятий и отрасли, в которой функционируют компании-конкуренты;
- выявление и изучение сильных и слабых позиций конкурентов.

Анализ внешней среды организации позволяет выявлять угрозы и возможности, с которыми хо-

зяйствующий субъект может столкнуться в результате влияния внешних факторов. Исследование внешней среды включает в себя как определение степени воздействия каждого фактора на стратегию развития организации, так и оценку влияния фактора на предприятие. После завершения анализа факторов внешней среды необходимо провести оценку сильных и слабых позиций организации. Для успешного развития деятельности необходимо иметь информацию о сильных и слабых сторонах предприятия, а также о возможностях развития хозяйствующего субъекта и угрозах, препятствующих ему. В случае если после проведенного анализа изменения будут значительными, необходимо учитывать среду, поскольку организация как открытая система зависит от внешнего рынка.

На финансовую устойчивость ОАО «АВТОВАЗ» оказывают влияние факторы внешнего рынка (табл. 1).

Т а б л и ц а 1

Факторы, влияющие на финансовую устойчивость ОАО «АВТОВАЗ» на внешнем рынке

Фактор влияния внешнего рынка	Результат влияния фактора	Мероприятия, направленные на предотвращение негативного влияния
Снижение спроса на отдельные виды производимой продукции (модели автомобилей)	Снижение объемов продаж	– Изменение структуры экспорта – Осуществление поиска новых рынков сбыта – Переориентация производства на востребованную рынком продукцию – Производство продукции, соответствующей регламентированным требованиям безопасности – Развитие собственных сборочных производств в перспективных странах экспорта
Вступление России в ВТО	Снижение доли автомобилей LADA и рост доли продаж подержанных автомобилей иностранных марок	Повышение конкурентоспособности автомобилей текущего модельного ряда, подготовка производства новых автомобилей, в том числе на платформе альянса «Renault–Nissan»
Повышение цен на сырье и услуги	Рост затрат и снижение рентабельности	– Заключение долгосрочных договоров с поставщиками сырья и комплектующих изделий – Осуществление поиска альтернативных поставщиков – Развитие базы поставщиков сырья – Применение энергосберегающих технологий – Проведение мероприятий по снижению себестоимости выпускаемой продукции
Повышение валютного курса	Рост затрат и снижение рентабельности	Хеджирование рисков изменения процентных ставок и курсов иностранных валют
Повышение цен на продукцию	Рост затрат и снижение рентабельности	– Изменение структуры экспорта и увеличение объемов реализации продукции на внешних рынках, где снижение спроса отсутствует – Изменение ценовой политики в соответствии с потребительским спросом – Повышение потребительских свойств и конкурентоспособности автомобилей – Поиск новых рынков сбыта – Переориентация производства на другие виды продукции (модели автомобилей), востребованные внешним рынком – Проведение маркетинговых программ, направленных на повышение уровня узнаваемости марки LADA среди покупателей

На внешнем рынке к снижению финансовой устойчивости ОАО «АВТОВАЗ», рентабельности и росту издержек на изготовление продукции приводят увеличение цен на сырье и услуги, продукцию, а также повышение валютного курса. Для предотвращения негативного влияния описанных факторов следует корректировать структуру экспорта и увеличивать объемы реализации продукции на внешних рынках, где снижение спроса отсутствует, переориентировать производство на другие виды продукции (модели автомобилей), востребованные внешним рынком, и осуществлять хеджирование рисков изменения процентных ставок и курсов иностранных валют. Возможно, предприятию следует развивать собственные сборочные производства в перспективных странах экспорта в целях снижения спроса на производимую продукцию, которое приводит

к падению объемов продаж на внешнем рынке.

Вступление России в ВТО влечет за собой, прежде всего, негативные последствия для автомобильной отрасли. Уменьшение таможенных тарифов при вступлении в ВТО ведет к росту доли подержанных автомобилей в структуре автоимпорта до 14–15 % уже в 2012 г. и до 25–30 % в 2015 г. Вступление России в ВТО негативно сказывается на объемах продаж автомобилей LADA, что влечет за собой рост доли продаж подержанных автомобилей иностранных марок. Для минимизации влияния данного фактора ОАО «АВТОВАЗ» следует повышать конкурентоспособность автомобилей, вести подготовку производства новых автомобилей, в том числе на платформе альянса «Renault–Nissan».

Наряду с отмеченным на финансовую устойчивость ОАО «АВТОВАЗ» оказывают влияние и факторы внутреннего рынка (табл. 2).

Т а б л и ц а 2

Факторы, влияющие на финансовую устойчивость ОАО «АВТОВАЗ» на внутреннем рынке

Фактор влияния внутреннего рынка	Результат влияния фактора	Мероприятия, направленные на предотвращение негативных факторов
1	2	3
Снижение спроса на отдельные виды производимой продукции (модели автомобилей)	Снижение объемов продаж	– Переориентация производства на востребованную рынком продукцию – Развитие собственной системы потребительского автокредитования – Реализация мероприятий по стимулированию продаж – Введение новых комплектаций – Модернизация и обновление модельного ряда – Внедрение договоров с предприятиями сервисно-сбытовой сети с новыми формами оплаты и условиями поставки автомобилей – Реализация мероприятия по повышению уровня информированности потребителей о продукте – Организация производства автомобилей нового модельного ряда в партнерстве с мировыми автопроизводителями
Повышение цен на сырье и услуги	Рост затрат и снижение рентабельности	– Заключение долгосрочных договоров с поставщиками сырья и комплектующих изделий – Осуществление поиска альтернативных поставщиков – Развитие базы поставщиков сырья – Внедрение энергосберегающих технологий – Проведение мероприятий по снижению себестоимости выпускаемой продукции
Снижение доли предприятия на рынке и увеличения конкуренции	Снижение объемов продаж	– Снижение себестоимости и отпускных цен на продукцию – Улучшение качества обслуживания – Улучшение условий и сроков гарантийных обязательств в соответствии с требованиями рынка – Развитие сбытовой сети и реализации различных маркетинговых программ – Повышение потребительских свойств – Увеличение ассортимента производимой продукции – Осуществление рекламно-коммуникационной поддержки предприятий сервисно-сбытовой сети – Повышение уровня осведомленности потребителей о продукте – Проведение мероприятий по мотивации дилеров с целью повышения эффективности продаж

1	2	3
Хозяйствующие субъекты, формирующие конкурентную среду	Снижение объемов продаж	1. ЗАО «Форд Мотор Компани», Ленинградская область (Ford) 2. ООО «Дженерал Моторз», Ленинградская область (Chevrolet, Opel) 3. ООО «Нисан Мотор Рус», г. Санкт-Петербург (Nissan) 4. ООО «ПСМА-Рус», г. Калуга (Peugeot, Citroen, Mitsubishi)
Инфляционные процессы	Рост стоимости энергоносителей и комплектующих	Поиск альтернативных поставщиков материалов и комплектующих, снижение издержек и повышение качества поставляемых ТМЦ

На финансовую устойчивость ОАО «АВТОВАЗ» влияет снижение спроса на производимую предприятием продукцию, а также уменьшение доли организации, занимаемой на рынке, и увеличение конкуренции. Все эти факторы ведут к снижению объемов продаж, в результате чего предприятию необходимо принимать меры, которые позволят снизить их воздействие. Следует осуществлять мероприятия, направленные на повышение уровня осведомленности потребителей о продукте, внедрять договоры с предприятиями сервисно-сбытовой сети с новыми формами оплаты и условиями поставки автомобилей, переориентировать производство на востребованную рынком продукцию и т.д. Рост затрат на производство продукции и снижение рентабельности влечет повышение цен на сырье и услуги, в результате чего руководству предприятия необходимо заключать долгосрочные договоры с поставщиками сырья и комплектующих изделий; развивать базу поставщиков сырья и внедрять энергосберегающие технологии. Негативным фактором, влияющим на финансовую устойчивость, является инфляция, воздействие которой приводит к росту стоимости энергоносителей и комплектующих. В целях ми-

нимизации данного фактора следует заключать договоры с альтернативными поставщиками материалов и комплектующих.

Таким образом, внешние факторы оказывают длительное воздействие как на финансовую устойчивость, так и на финансово-хозяйственную деятельность ОАО «АВТОВАЗ» в целом, что необходимо учитывать при разработке и реализации стратегии финансовой устойчивости. В этих условиях наиболее важными приоритетными направлениями являются дальнейшее налаживание сотрудничества с поставщиками; географическая диверсификация реализации производимой продукции при минимизации региональных рисков и адаптация ценовой политики к меняющимся условиям отрасли.

ЛИТЕРАТУРА

1. Мескон М. Основы менеджмента : пер. с англ. / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М. : Дело, 1997.
2. Стратегия и тактика управления фирмой / под ред. А. П. Градова и Б. И. Кузина. – СПб. : Спец. лит., 1996.
3. Виханский О. С. Стратегическое управление : учеб. для вузов / О. С. Виханский. – М. : Экономист, 2006. – 292 с.

Поволжский государственный университет сервиса

Пихтарёва А. В., аспирант кафедры финансов и кредита

E-mail: anna_gork@mail.ru

Тел.: 8 (8482) 30-82-66, 8-917-139-55-85

Volga Region State University of the Service

Pihtareva A. V., Post-graduate Student of the Finance and Credit Department

E-mail: anna_gork@mail.ru

Tel.: 8 (8482) 30-82-66, 8-917-139-55-85