

АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ТА СПОСОБИ ЗБИРАННЯ ІНФОРМАЦІЇ

Казавчинський Р.О., гр. МО-19

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. Л.Д. Забродська
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Аналіз зовнішнього середовища являє собою процес, за допомогою якого контролюється зовнішні стосовно підприємства чинники. Аналіз, як окрема управлінська функція, є найбільш важливою відправною і завершальною стадією антикризового управлінського циклу. Роль аналізу зовнішнього середовища полягає у вирішенні таких питань: що робити з існуючими видами бізнесу; в яких напрямках підприємство повинно реалізовувати стратегію зростання; які дії кращі: проникнення на ринок, товарне або ринкове розширення; чи доцільний курс на горизонтальну інтеграцію (диверсифікацію).

Зміст аналізу складається з ряду взаємозалежних етапів: розробки завдання на проведення аналізу; формування цілей і завдань аналізу; збору інформації й одержання оцінки сформованої ситуації, вивчення ступеня і напрямку впливу окремих чинників зовнішнього середовища; вивчення причинно-наслідкових взаємодій чинників зовнішнього середовища й підприємства і визначення можливостей та загроз для підприємства, що виходять із зовнішнього середовища; розробки і зіставлення варіантів рішень і вибору найбільш прийняттого для підприємства рішення.

Ефективність робіт з аналізу зовнішнього середовища багато в чому залежить від якості й обсягу інформації про стан середовища. Під час збору інформації використовують такі способи: сканування, моніторинг і прогнозування середовища.

Сканування зовнішнього середовища - один з напрямків аналітико-прогностичних робіт, що швидко розвивається. Призначення сканування - збір, оцінка і прогноз значимості для фірми важливих змін у зовнішньому середовищі. Моніторинг зовнішнього середовища - це постійне відстеження поточної і нової інформації. Моніторинг звичайно не закінчується тільки збором інформації, а спрямований також на розкриття причин зміни стану досліджуваних факторів і передбачення трендів їх розвитку. Прогнозування зовнішнього середовища - це формування уявлення про майбутній стан факторів зовнішнього середовища. Цей засіб є невід'ємним компонентом процесу антикризового планування.

ПОЗИТИВНІ МОМЕНТИ ВПЛИВУ СВІТОВОЇ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ НА РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Каленік К.В., асп.

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. С.С. Ткачова
Харківського державного університету харчування та торгівлі

Світова фінансова криза закінчилась і зараз ми живемо в посткризову епоху, але саме в наступний час ми можемо бачити її наслідки і зробити висновки. Люди обережніше ставляться до своїх витрат. В першу чергу людина витратить гроші на харчування і житло, одяг, потім займеться освітою. І лише в останню чергу людина витратить гроші на розваги і подорожі. За останні роки аналітики досить часто повторюють, що світова фінансова криза дуже погано вплинула на розвиток туризму. Дійсно, відсутність грошей змусила багатьох замість далеких островів відправитися зі сім'єю на дачу. Проте, окрім зниження прибутків, криза принесла користь, як для сфери туризму в цілому і мандрівників, так і для самих туристичних фірм, а саме:

– посилення конкуренції знищило турфірми, які недостатньо уваги приділяли навчанню персоналу і якісному наповненню турів;

– скорочення загальної кількості відпочиваючих скоротило кількість бажаючих заробити на їх відпочинку, таким чином, учасники, що залишилися отримали додатковий стимул для роботи – клієнти турфірм, що закрилися стали їх потенційними клієнтами;

– туристи більше часу стали приділяти вивченню доступної інформації, що в свою чергу змусило піти з ринку недобросовісних тур агентів, а також підняло загальну культуру відпочинку та обслуговування;

– практично повністю зникло явище "овербукінга", коли компанії бажаючи перестраховатися продають 105% місць у літаку або готелі, тощо;

– ситуація кризи сформувала так званий "відкладений попит" – це означає, що зараз багато хто не витрачає гроші на відпустку тільки тому, що не впевнені в своєму майбутньому, але ситуація прояснюється і люди починають швидко надолужувати згаяне, а компанії, які пережили кризу і пропонують якісні послуги, отримують за це гідну нагороду.

Таким чином, проводячи аналіз впливу світової фінансової кризи на розвиток туризму можна зробити висновок, що є не тільки негативні, а і позитивні моменти в цьому економічному явищі.