УДК 338.48(075.8)+658.14.012.22

Саух І. В.

докторант, факультет обліку і фінансів,

Житомирський державний технологічний університет

ДО ПРОБЛЕМИ АНАЛІЗУ ВПЛИВУ ФАКТОРІВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА НА ФІНАНСОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ТУРИЗМУ

В статті досліджено вплив системоутворюючих факторів зовнішнього середовища на фінансовий потенціал туристичних підприємств. Визначено, що в концепції самоорганізації фінансовий потенціал підприємства доцільно досліджувати як відкриту систему. Макросередовище туристичних підприємств визначено як складну систему з імовірнісною дією, що надало можливість зробити висновок про доцільність використання експертних оцінок при ідентифікації складності, динамічності, невизначеності зовнішнього середовища. Проведено стратегічний аналіз макросередовища та з'ясовано, що найбільший вплив на фінансовий потенціал здійснюють економічні фактори при високому рівні нестабільності зовнішнього середовища, що вимагає проведення постійного моніторингу та глибокого стратегічного аналізу.

Ключові слова: фінансовий потенціал, відкрита система, зовнішнє середовище, самоорганізація, властивості фінансового потенціалу.

Постановка проблеми. Формування та функціонуванняя фінансового потенціалу підприємств має тісний взаємозв'язок з впливом факторів зовнішнього середовища, що потребує застосування методології стратегічного аналізу. Стратегічний аналіз зовнішнього середовища повинен проводитись постійно, оскільки його результатом є одержання інформації, яка є основою майбутньої стратегії. Виникнення стратегічного аналізу можна пов'язати з початком досліджень підприємств як відкритих систем, які отримують з середовища ресурси, інформацію (на вході), а на виходах виділяють у середовище готовий продукт або послугу. До властивостей відкритих систем можна віднести: цілісність (зміна однієї складової спричиняє зміну інших), сумарність (кожну складову можна розглядати окремо), диференціацію, механічність, перетворення (енергії або ресурсів), негативну ентропію (прагнення до максимальної дезорганізації),

кібернетичність, зростання, циклічність, рівновагу [4]. Зовнішнє середовище посідає значне місце у концепціях самоорганізації, оскільки порядок в системах залежить не лише від зв'язків між економічними суб'єктами, а й від впорядкування зовнішнього середовища.

Вважаємо за доцільне при стратегічному аналізі зовнішнього середовища туристичних підприємств за основу взяти теорію розвитку та концепцію самоорганізації. Засновником теорії економічного розвитку, центральним моментом в якій є самоорганізація господарюючих суб'єктів під впливом зовнішнього середовища, є Й. Шумпетер. Основними його ідеями були наступні: економічна система в результаті розвитку не повертається до попереднього стану рівноваги, а переходить на новий, якісно інший стаціонарний стан рівноваги, з іншими кількісними параметрами; механізм переходу до якісно нового стану рівноваги передбачає нові способи поєднання наявних ресурсів для виробництва благ [14, с. 163-164].

Предметом дослідження в статті виступатиме самоорганізація підприємств під впливом зовнішнього макросередовища. Основними постулатами концепції самоорганізації, які адаптовані до сучасної методології досліджень, є такі: 1) зовнішнє середовище є нерівноважним, що спричиняє самоорганізацію суб'єктів господарювання; 2) в результаті процесів самоорганізації виникають нові, більш стійкі форми, що визначає процес розвитку суб'єктів; 3) порядок є продуктом розвитку суспільства в цілому, як підприємств, так і зовнішнього середовища. Для запуску механізму реорганізації інституціональної та економічної структури суспільної системи та економічної як його складової висувається вимога нерівноважного стану всієї системи [12, с. 45].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз проблем формування фінансового потенціалу висвітлені в працях закордонних та вітчизняних вчених: Вольської В., Герасимчука В., Олексюка О., Краснокутської Н., Педченко Н., Попова Є., Шовкун І., Шершньової З. та багатьох інших. Водночас недостатньо вивченими залишаються питання впливу факторів зовнішнього середовища на фінансовий потенціал підприємств як відкриту систему, що потребує проведення додаткових наукових досліджень.

Формування цілей статті. Метою статті є розгляд проблем аналізу впливу факторів зовнішнього середовища на фінансовий потенціал підприємств туристичної сфери як відкритих систем.

Виклад основного матеріалу. Для подальшого застосування концепції

самоорганізації уточнимо категоріально-понятійний апарат (табл. 1).

Таблиця 1

Категоріально-понятійний апарат концепції самоорганізації*

№ з/п	Поняття	Сутність поняття
1	Самоорганізація	Здатність системи до упорядкування внутрішньої структури та переходу на новий рівень на основі узгодженості та взаємодії елементів системи
2	Біфуркація	Нерівноважний стан системи
3	Аттрактор	Ціль поведінки системи в стані гомеостазису; множини, що характеризують значення параметрів системи на альтернативних траєкторіях
4	Гомеостаз	Підтримка програми функціонування системи у деяких межах, що дозволяють їй існувати у оптимальному режимі та рухатись до своєї мети
5	Детермінований хаос	Спонтанне та багаторазове чергування порядку та хаосу в системі шляхом впливу ланки біфуркацій та послідовних актів вибору
6	Флуктуація	Коливання, різке відхилення
7	Розвиток	Якісна зміна складу, зв'язків системи

* узагальнено за [10; 12]

В контексті нашого дослідження досить важливо уточнити функції зовнішнього середовища по відношенню до суб'єктів господарювання: зовнішнє середовище як джерело ентропійних флуктуацій (коливань), що може негативно вплинути на підприємства; зовнішнє середовище як фактор порядку, оскільки посилення флуктуацій може призвести підприємство до самоорганізації. Ми погоджуємось з відомим дослідником зовнішнього середовища А. Тойнбі, який стверджував, що виклики середовища є джерелом зростання, оскільки відповіддю на виклики суспільство вирішує проблему, що перед ним постала [15].

В концепції самоорганізації можна досліджувати не лише діяльність підприємства, а функціонування його окремих складових. Це дозволяє зробити висновок, що фінансовий потенціал як складову підсистему туристичного підприємства доцільно досліджувати як відкриту систему. Ця гіпотеза дозволяє застосувати до фінансового потенціалу всі ознаки відкритих систем, зокрема прагнення до самоорганізації під впливом зовнішнього середовища (табл. 2).

Сформуємо алгоритм проведення стратегічного аналізу зовнішнього середовища:

1) визначення мети проведення стратегічного аналізу зовнішнього середовища;

2) декомпозиційна характеристика зовнішнього середовища, вплив якого на підприємство є об'єктом аналізу;

3) вибір методу стратегічного аналізу;

4) визначення результату стратегічного аналізу зовнішнього середовища та формування висновків щодо сили впливу зовнішнього середовища на підприємство та його складові.

Таблиця 2

Характерні властивості фінансового потенціалу, адаптовані до концепції самоорганізації*

№ з/п	Властивості фінансового потенціалу	Пояснення
1	Відкритість	Фінансовий потенціал підлягає впливу біфуркацій зовнішнього середовища (наприклад, податкова політика впливає на фінансову політику підприємства)
2	Самоорганізація	Встановлення узгодженості, порядку в системі фінансового потенціалу за рахунок взаємодії його елементів (ресурсного, кадрового, інформаційного забезпечення та функціонування системи фінансового менеджменту)
2	Нерівноважність	Для запуску механізму реорганізації фінансового потенціалу висувається вимога нерівноважного стану всього підприємства
3	Ієрархічність	Фінансовий потенціал є складовою потенціалу підприємства

* власна розробка

Деталізуємо основні функції запропонованого алгоритму. Метою стратегічного аналізу зовнішнього середовища визначено ідентифікацію того, які можливості надає зовнішнє оточення та який потенціал підприємства по використанню даних можливостей у визначеному часовому періоді. Це дозволяє розробити ситуаційні плани на випадок виникнення непередбачуваних ситуацій, сформувати стратегію, яка дозволить підприємству досягнути цілей та перетворити потенційні загрози у вигідні можливості. Основне завдання проведення стратегічного аналізу зовнішнього середовища – це «погляд з майбутнього на сьогоднішні ресурси компанії, а не екстраполяція поточного стану та внутрішніх обмежень на наступний період» [8].

На туристичні підприємства як на відкриті системи мають значний вплив фактори глобального (світового), макроекономічного та галузевого середовища. Тому другим етапом запропонованого алгоритму є декомпозиція зовнішнього середовища, а саме: ідентифікація найбільш вагомих впливових чинників макросередовища, а в подальшому – факторів, обумовлених специфікою туристичної галузі. Це пояснюється

тим, що система туризму існує як важлива складова державної та регіональної систем управління.

Вибір переліку факторів зовнішнього середовища залежить від наукового підходу, покладеного в основу формування середовища. В науковій літературі існує декілька підходів до трактування зовнішнього середовища, які пов'язані з методологією стратегічного аналізу суб'єктів господарювання: модель М. Портера (або модель галузевої структури), в основу якої покладено ототожнення галузі, в якій діє підприємство, із зовнішнім середовищем; модель ієрархічної структури зовнішнього середовища, в якій розрізняють внутрішнє середовище (мікросередовище), зовнішнє середовище прямого впливу (мається на увазі галузь, в якій функціонує підприємство) та непрямого впливу (макросередовище); екологічна модель, що передбачає формування та подальший розподіл ресурсів.

Середовище прямого впливу містить ті фактори, які безпосередньо впливають на підприємство та підлягають зворотньому впливу діяльності підприємства. В контексті нашого дослідження можна виділити такі фактори: постачальники, споживачі, конкуренти, регіональна політика місцевих органів влади. Перераховані фактори формують середовище галузевого впливу. Середовище непрямого впливу – фактори, що опосередковано впливають на туристичне підприємство. Традиційно до їх переліку належать економічні, політичні, соціальні, технологічні та ринкові фактори. В контексті дослідження – це системоутворюючі фактори макросередовища і частково глобального (світового) середовища.

Взаємозв'язок факторів зовнішнього середовища є очевидним. Наприклад, зміна законодавчих норм впливатиме на рівень конкуренції, погіршення політичної та соціальної ситуації тощо. Оскільки кількість факторів впливу на підприємство є значною, основне призначення стратегічного аналізу - визначення істотних факторів, які більшою мірою впливають на успіх діяльності суб'єкта господарювання в умовах конкуренції [2, с. 152].

В більшості методик стратегічного аналізу виділено політичні (або правові), економічні, соціальні, ринкові та технологічні фактори впливу зовнішнього середовища на суб'єкти господарювання. При оцінці економічних факторів вивчають темпи інфляції, податкові ставки, платіжний баланс, рівень зайнятості населення тощо. Аналіз політичних та правових факторів передбачає оцінку протекціоністської митної політики, рівня державного регулювання економіки, нормативно-правового забезпечення діяльності суб'єктів господарювання, а також рівня корупції в країні.

Соціальні фактори зовнішнього середовища включають динамічні суспільні цінності, настанови, очікування та уподобання. Керівництво підприємств повинно постійно спостерігати за технологічним зовнішнім середовищем, оскільки це дозволяє враховувати зміни в технології збору інформації, застосуванні нової техніки для проектування нових продуктів та послуг тощо. Аналіз ринкових факторів зовнішнього середовища дозволяє здійснювати постійний моніторинг за діями конкурентів, що сприятиме готовності підприємства до потенційних загроз.

Третім пунктом запропонованого алгоритму проведення стратегічного аналізу зовнішнього середовища є вибір його методології. В практиці стратегічного аналізу зовнішнього середовища добре зарекомендували себе два методологічні підходи до послідовності його проведення: 1) стратегічний аналіз, орієнтований, в першу чергу, на оцінку внутрішніх факторів (зокрема, SWOT-аналіз), а потім – зовнішніх; 2) стратегічний аналіз, орієнтований на оцінку зовнішніх факторів, а потім – внутрішніх (TOWS-аналіз). На наш погляд, оскільки два підходи є взаємодоповнюючими, не має принципового значення послідовність проведення стратегічного аналізу.

Четвертим пунктом запропонованого алгоритму є визначення результату стратегічного аналізу, яким є стратегічний прогноз майбутньої діяльності підприємства, який містить сценарії розвитку підприємства (сприятливий, прийнятний, небажаний), стратегічні альтернативи та обґрунтований вибір стратегії розвитку підприємства, а також прийняте стратегічне управлінське рішення.

Використаємо запропонований алгоритм при проведенні стратегічного аналізу макросередовища туристичних підприємств Житомирської області.

Однією з визначальних рис зовнішнього середовища є рівень його стабільності, для визначення якого необхідно диференціювати зовнішнє середовище за трьома ознаками: 1) за складністю; 2) за невизначеністю; 3) за динамічністю. Така диференціація дозволить застосувати для стратегічного аналізу макросередовища туристичних підприємств перцептивний показник Р. Дункана, математичний вираз якого має такий вигляд:

$$N=(n1+n2+n3)/3 \qquad (1),$$

де, N – рівень нестабільності зовнішнього середовища;

n1, n2, n3 – рівні невизначеності, динаміки та складності зовнішнього середовища.

Анкетування керівників туристичних підприємств Житомирської області дозволило визначити такі результати щодо характеру невизначеності зовнішнього середовища (табл. 3).

Таблиця 3

Оцінка характеру невизначеності макросередовища туристичними підприємствами Житомирської області*

№ з/п	Варіанти відповідей	% респондентів
1	Невизначеність зовнішнього середовища повна	20%
2	Невизначеність зовнішнього середовища часткова	80%
3	Повна визначеність зовнішнього середовища	0%
	Разом	100%

* узагальнено за даними анкетування

Наступним етапом дослідження є визначення динамічності зовнішнього середовища, в якому функціонують туристичні підприємства. Наявність ознаки рухливості у зовнішнього середовища дозволяє стверджувати, що його можна вважати динамічною системою. В системному аналізі застосовуються прийоми декомпозиції та композиції динамічних систем. Композиція динамічної системи – це прогнозування або передбачення можливого, імовірного або неминучого майбутнього на основі знань минулого та сучасного стану системи. Декомпозиція – це визначення сучасної лінії поведінки на основі знання можливого, імовірного або неминучого майбутнього [11, с. 34]. При стратегічному аналізі зовнішнього середовища є доцільним використовувати вищезазначені прийоми у поєднанні. На підставі анкетування туристичних підприємств Житомирської області було визначено характер впливу факторів зовнішнього середовища на туристичні підприємства (табл. 4).

Таблиця 4

Оцінка характеру змін (динамічності) зовнішнього середовища туристичними підприємствами Житомирської області*

№ з/п	Варіанти відповідей	% респондентів
1	Зміни є значними та динамічними	50%
2	Зміни є суттєвими, але відбуваються поступово	30%
3	Зміни є незначними, відбуваються рідко	20%
	Разом	100%

* узагальнено за даними анкетування

Оцінка відповідей респондентів засвідчує, що туристичні підприємства діють в постійно змінних зовнішніх умовах, що ускладнює прийняття виважених

управлінських рішень. Динамічність зовнішніх умов можна підтвердити статистикою зміни таких показників, як рівень ВВП, динаміка зміни курсу валют, інфляція тощо.

На підставі виділених характеристик зовнішнього середовища визначимо інтегральний показник його нестабільності в розрізі системоутворюючих факторів (табл. 5).

Таблиця 5

Аналіз рівня нестабільності зовнішнього середовища туристичних підприємств Житомирської області*

№ з/п	Характеристика середовища	Економічні фактори	Політичні	Соціальні	Технологічні	Ринкові	Середнє значення показників
1	Складність	8,6	7,5	7,2	5,3	7,1	7,14
2	Динамічність	7,9	8	6,9	5,5	6,5	6,96
3	Невизначеність	8,2	8,2	7,4	5,9	6,2	7,18
	Інтегральний показник рівня нестабільності зовнішнього середовища	8,2	7,9	7,16	5,56	6,6	7,08

* розраховано автором

Як свідчать дані табл. 5, рівень нестабільності зовнішнього середовища туристичних підприємств є достатньо високим, однак для нашого дослідження є доцільним розрахунок не лише інтегрального показника нестабільності зовнішнього середовища в розрізі диференціації системоутворюючих факторів, а й сили впливу цих факторів на туристичні підприємства. Тому, додатково за допомогою експертних методів було визначено силу впливу факторів зовнішнього середовища на туристичні підприємства протягом останніх трьох років, в результаті чого отримано такі відповіді респондентів (табл. 6).

Таблиця 6

Оцінка впливу факторів зовнішнього середовища на фінансовий потенціал туристичних підприємств Житомирської області*

№ з/п	Варіанти відповідей	% респондентів
1	Вплив є суттєвим	50%
2	Зміни впливають на підприємство частково	40%

3	Вплив є незначним	10%
	Разом	100%

* узагальнено за даними анкетування

Оцінка відповідей респондентів засвідчує, що більшість опитаних відзначає суттєвість та поступовість впливу змін зовнішнього середовища на діяльність туристичних підприємств. Використавши метод бальної оцінки, при проведенні анкетування було визначено найбільш впливові фактори зовнішнього середовища для туристичних підприємств (табл. 7).

Таблиця 7

Визначення сили впливу факторів зовнішнього середовища на фінансовий потенціал туристичних підприємств Житомирської області*

№ з/п	Назва туристичного підприємства	Економічні фактори	Політичні	Соціальні	Технологічні	Ринкові
1	ПП «Датур»	10	10	8	8	8
2	ПП «Світ курортів»	6	1	4	8	5
3	ТзОВ «Веді Тургруп-Україна»**	10	9	8	8	9
4	Море туров	9	10	8	6	8
5	ПП «Казковий тур»	5	5	7	8	6
6	ТОВ ТК «ПЗН»	8	5	6	3	6
7	SWEET TRAVEL	10	5	7	6	5
8	ПП «Світ – Тур-Житомир»	10	10	10	7	5
9	ПП «Автотур»	10	10	7	10	10
10	ПП ТА "СМАЙЛ"	8	7	4	3	5
	Середнє значення оцінки	8,6	7,3	6,9	6,7	6,7

* узагальнено за даними анкетування

** узагальнено за даними анкетування міжнародного туристичного оператора

Як показує аналіз табл. 7, найбільший вплив на фінансовий потенціал туристичних підприємств здійснюють економічні фактори (середнє значення складає – 8,6). ПП «Казковий тур», який займає перше місце за рейтингом (здатністю

туристичного підприємства протистояти загрозам зовнішнього середовища), має найнижчий результат впливу економічних факторів (5 балів). Досить значний вплив на фінансовий потенціал туристичних підприємств здійснюють політичні фактори (7,3 балів), що обґрунтовано тісним взаємозв'язком політики та економіки. Позитивний вплив політичних факторів пов'язаний з станом політичної стабільності, досконалості нормативно-правового забезпечення діяльності суб'єктів підприємницької діяльністю, зваженою та ефективною міжнародною політикою уряду, що активізує туристичну діяльність в країні. Негативний вплив проявляється у значному рівні корупції та бюрократизації, недосконалості нормативно-правових актів, неефективності міжнародної політики. Приблизно однаковими, за оцінкою респондентів, є показники, що визначають силу впливу соціальних, технологічних та ринкових факторів (6, 9; 6,7 та 6,7 балів відповідно).

Висновки

1. Зовнішнє середовище посідає значне місце у стратегічному аналізі, оскільки порядок в системах залежить не лише від зв'язків між економічними суб'єктами, а й від впорядкування зовнішнього середовища. Прийнята гіпотеза, що в концепції самоорганізації можна досліджувати не лише діяльність підприємства, а функціонування його окремих складових, дозволяє зробити висновок, що фінансовий потенціал туристичного підприємства доцільно досліджувати як відкриту систему. Ця гіпотеза дозволяє застосувати до фінансового потенціалу всі ознаки відкритих систем, зокрема, прагнення до самоорганізації під впливом зовнішнього середовища.

2. Макросередовище туристичних підприємств можна розуміти як складну систему з імовірнісною дією. Фактори зовнішнього середовища (економічні, соціальні, політичні тощо) в принципі не розраховуються кількісно, хоча часто здійснюють вирішальний вплив на формування цілей та способів їх реалізації, на оцінку ресурсів. З цього випливає, що єдиним доцільним способом обліку його складових (системоутворюючих факторів впливу на підприємства) є отримання суб'єктивних оцінок експертів, а також використання матричних методів надання та аналізу інформації. Експертні оцінки доцільно використовувати при визначенні складності, динамічності та невизначеності зовнішнього середовища, а також ідентифікації сили впливу окремих факторів макросередовища на туристичне підприємство.

3. В результаті проведеного стратегічного аналізу з'ясовано, що економічні фактори здійснюють найбільший вплив на фінансовий потенціал підприємства при високому рівні нестабільності зовнішнього середовища. Вплив політичних та

соціальних факторів також достатньо відчутний при критичному рівні нестабільності зовнішнього середовища. Важливим постає питання вибору стратегії розвитку підприємства в залежності від рівня нестабільності зовнішнього середовища та сили впливу його факторів на внутрішній фінансовий потенціал.

Список використаної літератури

1. Березін О. В. Економічний потенціал аграрних підприємств: механізми формування та розвитку / О. В. Березін, О. Д. Плотник. – Полтава: Інтер Графіка, 2012. – 221 с.

2. Вовк В. Я. Стратегічне управління конкурентоспроможністю банку: концепція та методологія: автореф. дис ... д-ра екон. наук / В. Я. Вовк. – Київ, 2012. – 40 с.

3. Воронкова А. Е. Стратегічне управління конкурентоспроможним потенціалом промислових підприємств: Автореф. дис... д-ра екон. наук : 08.06.01 / А. Е. Воронкова; НАН України. Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк, 2001. – 32 с. – укр.

4. Герасимчук В. Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання / В. Г. Герасимчук. – К.: КНЕУ, 2000. – 360 с.

5. Кіндрацька Г. І. Стратегічний менеджмент: навч. Посібник / Г. І. Кіндрацька. – 2-ге вид., перероб. і доповн. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2010. – 406 с.

6. Князева Е. Н. Антропный принцип в синергетике / Е. Н. Князева, С. П. Курдюмов // Вопросы философии. – 1997. – № 3. – С. 62-79.

7. Конспект лекцій з дисципліни «Основи теорії систем і управління» / Авт.: Доля В. К. Прасоленко О. В.– Харків: ХНАМГ, 2009. – 86 с.

8. Мартынов А. В. Разработка стратегии предприятия / А. В. Мартынов. – [Електронный ресурс] – Режим доступу: http://www.cfin.ru/management/strategy/martynov.shtml

9. Менеджмент организации. Учебное пособие / З. П. Румянцева, Н. А. Саломатин, Р. З. Акбердин и др.. – М.: ИНФРА-М, 1996. – 432 с.

10. Фатхутдинов Р. А. Организация производства / Р. А. Фатхутдинов. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 672 с.

11. Черняк Ю. И. Системный анализ в управлении экономикой / Ю. И. Черняк. – М.: Экономика, 1975. – 191 с.

12. Чистилин Д. К. Самоорганизация мировой экономики: Евразийский аспект / Д. К. Чистилин. 2-е изд. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2006. – 237 с.

13. Шапкин А. С. Экономические и финансовые риски: оценка, управление, портфель инвестиций: Монография. – М: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2003. – 544 с.

14. Шумпетер Й. Теория экономического развития / Й Шумпетер. – М.: Прогресс, 1982.

15. Toynbee A., A Study of History / Abridienent by D. Somervell, London, New York, Toronto, 1946, p. 60.

САУХ И. В. К ПРОБЛЕМЕ АНАЛИЗА ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ НА ФИНАНСОВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ ТУРИЗМА

В статье исследовано влияние системообразующих факторов внешней среды на финансовый потенциал туристических предприятий. Определено, что в концепции самоорганизации финансовый потенциал предприятия целесообразно исследовать как открытую систему. Макросреда туристических предприятий определена как сложная система с вероятностным действием, что позволило сделать вывод о целесообразности использования экспертных оценок при идентификации сложности, динамичности, неопределенности внешней среды. Произведен стратегический анализ макросреды и выяснено, что наибольшее влияние на финансовый потенциал осуществляют экономические факторы при высоком уровне нестабильности внешней среды, что требует проведения постоянного мониторинга и глубокого стратегического анализа.

Ключевые слова: финансовый потенциал, открытая система, внешняя среда, самоорганизация, свойства финансового потенциала.

SAUKH I. V. THE PROBLEM ANALYSIS OF THE IMPACT OF ENVIRONMENTAL FACTORS ON THE FINANCIAL POTENTIAL OF TOURISM ENTERPRISES

In the article the influence of strategic environmental factors on the financial potential of tourist enterprises is investigated. The concept of self-finance potential company advisable to investigate as an open system is determined. Macro tourism enterprises are defined as the probability of a complex system of action, which made it possible to conclude the feasibility of

using expert assessments in identifying the complexity, dynamics, uncertainty of the environment. A strategic macro analysis is conducted and the greatest impact on the financial strength of economic factors was found at a high level of instability of the external environment that requires constant monitoring and strategic analysis.

Keywords: financial potential, open system environment, self-organization, properties, financial capacity.