

Фінансовий стан підприємства необхідно оцінювати як в короткостроковій перспективі, для чого використовуються показники платоспроможності, так і в довгостроковій – через показники фінансової стійкості. Визначається фінансова стійкість відношенням вартості матеріальних оборотних активів (запасів та витрат) до величини власних та позичених джерел фінансового капіталу для його формування.

Фінансова стійкість підприємства характеризується перш за все коефіцієнтом забезпеченості власним фінансовим капіталом, який показує скільки власних джерел формування фінансового капіталу підприємства приходить на одиницю цього капіталу. Ступінь покриття матеріальних запасів власним фінансовим капіталом характеризується коефіцієнтом забезпеченості матеріальних запасів власним фінансовим капіталом. Важливим показником фінансової стійкості, який демонструє наскільки мобільний власний капітал з фінансової точки зору, є коефіцієнт маневрування, збільшення якого свідчить про покращення фінансового стану підприємства. Важливу роль у комплексній оцінці фінансового стану підприємства відіграє також показник маневреності робочого капіталу, який характеризує частку запасів у його загальній сумі. Запропонована система вимірників формування і використання фінансового капіталу підприємств автомобілебудування та методичний підхід його розрахунку показує взаємозв'язок між окремими показниками, дозволяє оцінити ефективність кругообігу фінансового капіталу з позицій його стану, джерел формування, а також використання.

Література

- 1.Бланк И.А. Управление активами / И.А Бланк.. – К.: Ника-центр, 2000. – 720 с.
- 2.Василик О.Д. Теория финансов: підруч. / О.Д. Василик. – К.: НІОС. – 2000. – 416 с.
- 3.Галица И. Государственное регулирование в условиях рыночной экономики / И. Галица // Экономика Украины – 2002. - №6. – С. 52-58.
- 4.Крутик А.Б. Основы финансовой деятельности предприятия: учеб. пособ. / А.Б. Крутик, М.М. Хайкин // – СПб: Бизнес-пресса, 1999. – 448с.
- 5.Финанси підприємств: підруч. / За ред. проф. А.М.Поддєрьогіна. 3-те вид., перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2000. – 460с.

Рецензент докт. екон. наук, професор Н.И. Малик

640.4:338.2

*Буйко О.В. аспірант,
ТНУ імені В.І.Вернадського*

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Исходной точкой в достижении эффективной деятельности любого предприятия является определение его стратегического развития. Как показывает опыт деятельности предприятий в условиях постоянных изменений рыночной среды, только стратегия непрерывного развития предприятия может гарантировать стабильность и успех его существования. Функционирование гостиничного предприятия и его развитие, как правило, сопряжены со значительным финансовым риском, обуславливаемым турбулентностью окружающей среды, трудной предсказуемостью клиентских потоков и связанной с этим опасностью недозагруженности гостиничных предприятий при значительных затратах на содержание незаполненного номерного фонда. Чтобы снизить этот риск и вместе с тем обеспечить поступательное развитие предприятия, необходимо предусматривать (прогнозировать) возможную картину развития внешней среды в относительно отдаленном будущем, в частности на основе разработки стратегии развития предприятия, в которой необходимо не только предусматривать своевременное реагирование на воздействие внешней среды и экстраполировать тенденции заполняемости номерного фонда, но и учитывать как возможные изменения внешней среды, так и глобальные экономические преобразования. При этом важно иметь в виду, что стратегический горизонт развития предприятия постоянно отодвигается и, что самое главное, изменяются зависимости, определяющие влияние тех или иных экономических факторов на развитие предприятия.

Исследование проблем стратегического развития предприятий гостиничного типа нашло отражение в работах украинских ученых: А. Мищенко [1], В. Герасимчука [2], О. Раевнева [3], С. Ильяшенко [4]. Общие положения стратегического развития нашли отражение в трудах зарубежных специалистов, таких как И. Ансофф [5], Р. Акофф [6], А. Стерлин [7], У. Кинг [8] и мн.др.

В существующей научной литературе остаются недостаточно разработанными вопросы совершенствования инструментария и методологии стратегического развития предприятия, оценки выполнения стратегического плана предприятия. Не достаточно и разработок прикладного характера, которые бы позволили высшему руководящему звену гостиничного предприятия в сложившихся рыночных условиях использовать альтернативные подходы и модели стратегического развития для повышения эффективности деятельности предприятия.

Целью статьи является на основе литературного обзора обобщение существующих исследований в области стратегического развития предприятий и выявление основных направлений формирования стратегии развития предприятия гостиничного типа для обеспечения устойчивых конкурентных преимуществ.

Каждое предприятие уникально в своем роде, поэтому и процесс выработки стратегии для него уникален, так как, во-первых, зависит от внутренней организационно-экономической среды предприятия и его позиционирования на рынке, во-вторых, от адаптивности предприятия к внешней среде и к динамике ее развития, в-третьих, от потенциала и поведения конкурентов на данном сегменте рынка. Для предприятий гостиничного типа в этом континууме факторов, обуславливающих специфику влияния на стратегическое развитие, можно назвать климатические факторы, месторасположение предприятия, изменение цен на транспортные услуги, изменения в межгосударственной политике, непостоянство моды или иной заинтересованности туристов к тому или иному региону и ряд других.

Тем не менее, можно говорить о некотором единстве принципов, характерных для формирования стратегии развития любого предприятия. Стратегическое развитие необходимо рассматривать, начиная с самого понятия «развитие предприятия». Несмотря на то, что большинство ученых-экономистов настаивают на необходимости развития применительно к предприятию, поскольку любое состояние, достигнутое предприятием, ещё не является гарантией его устойчивости, стабильности и защитой от возможного снижения экономических показателей, сама категория «развитие предприятия» не имеет однозначного определения. Э.М. Коротков рассматривает развитие как «совокупность изменений, которые ведут к появлению нового качества и укреплению жизнеспособности системы, ее способности создавать сопротивление силам внешней среды» [9]. С.И. Ожегов под развитием подразумевает «процесс закономерного изменения, перехода из одного состояния в другое, более совершенное, переход из старого качественного состояния в новое, от простого к сложному, от низшего к высшему» [10].

Исходя из приведенных определений, видим тесную связь категории развития с категорией «стратегия», понимаемой, например Ю.Н. Лапыгиным как «перспектива, т.е. основной способ действия организации» [11] а также А.Чандлером как «определение основных долгосрочных целей и задач предприятия и утверждение курса действий и распределения ресурсов, необходимых для достижения этих целей» [12, с. 5]. И.Ансофф выделяет несколько отличительных особенностей стратегии [5, с. 68-69]:

1. Процесс выработки стратегии не завершается каким-либо немедленным действием. Обычно он заканчивается установлением общих направлений, продвижение по которым обеспечит рост и укрепление позиций фирмы.

2. Сформулированная стратегия должна быть использована для разработки стратегических проектов, методов поиска. Роль стратегии в поиске состоит в том, чтобы, во-первых, сосредоточить внимание на определённых участках или возможностях, во-вторых, отбросить все остальные возможности как несовместимые со стратегией.

3. Необходимость в данной стратегии отпадает, как только реальный ход событий выведет организацию на желаемое развитие.

4. В ходе формулирования стратегий нельзя предвидеть все возможности, которые откроются при составлении проекта конкретных мероприятий. Поэтому приходится пользоваться сильно обобщённой, неполной и неточной информацией о различных альтернативах.

5. При появлении более точной информации может быть поставлена под сомнение обоснованность первоначальной стратегии. Поэтому необходима обратная связь, позволяющая обеспечить своевременное переформулирование стратегии.

Существуют различные подходы к рассмотрению стратегии как комплекса взаимосвязанных элементов в виде: набора правил для принятия решений (по И.Ансоффу), плана действий (по М.Мескону, М.Альберту, Ф.Хедоури, В.Стивенсону, А.Томпсону, А.Стрикленду), системы мер по достижению целей (по И.Герчиковой), последовательной, согласованной, интегрированной структуре управленческих решений (по М.Круглову) [13, с. 38].

С учетом приведенных толкований категорий «развитие» и «стратегия» категорию «стратегия развития» следует трактовать как модель долгосрочных изменений с вектором поступательного роста, которые предприятие применяет для достижения поставленных целей.

Сущность данного процесса, по определению Л.С. Запасной в совокупных изменениях на предприятии, направленных на переход к новому, более качественному состоянию во времени под воздействием факторов внутренней и внешней среды [14].

При этом выделяется влияние на развитие предприятия факторов макроуровня и микроуровня. На макроуровне к факторам воздействия на предприятие относятся регулирующие режимы (правовой, инновационный, таможенный, налоговый и пр.), на формирование которых предприятие не может влиять, но обязано их учитывать в процессе своего функционирования, адаптироваться к ним. Микросреда включает факторы и силы, непосредственно связанные с деятельностью предприятия. Сюда входят поставщики, клиенты, посредники, контактные аудитории.

А.И. Пушкарь [15] целью развития предприятия считает наиболее полное удовлетворение интересов трех основных субъектов, причастных к деятельности предприятия: собственников, персонала и государства. Однако при этом им не указан механизм сопоставления и ранжирования этих интересов, которые, как правило, являются взаимно противоречивыми. Н.В.Афанасьев [16] развитие отделяет от роста, под которым подразумевает расширение масштабов деятельности при сохранении меры ее эффективности, а развитие представляет как достижение качественного или количественного прироста полезного результата по сравнению с прежним уровнем, то есть развитие непосредственно связано с возрастанием меры эффективности деятельности предприятия. Аналогичного мнения придерживается В.И. Ляшенко [17], выделяя, однако, помимо роста и развития еще улучшение перемены, которые обеспечивают возможности более широкому кругу людей воспользоваться общественными благами.

Кроме того, стратегическое развитие может быть не комплексным, а касаться лишь отдельных аспектов деятельности предприятия, таких как: экономическое развитие, нацеленное на повышение финансовой эффективности; инновационное развитие, нацеленное на достижение преимуществ за счёт новой техники и технологий; организационное развитие, связанное с созданием механизма своевременного реагирования на изменения внешней среды; маркетинговое развитие, направленное на максимальную ориентацию на спрос потребителей и улучшение имиджа предприятия; социальное (кадровое) развитие, ведущее к повышению показателей трудовой деятельности.

Проблема стратегического развития гостиничного предприятия в Украине должна рассматриваться, прежде всего, исходя из состояния уровня предоставляемых гостиничных услуг в Украине и в том числе в Крыму, которое характеризуется рядом негативных обстоятельств, отмеченных в частности в проекте Программы развития и реформирования рекреационного комплекса Автономной Республики Крым на 2012–2013 годы:

низкая обеспеченность населения услугами по размещению. Средняя обеспеченность по Украине составляет всего 2,38 гостиничных мест на тысячу жителей, что значительно ниже других стран Европы и остального мира. Так, в России этот показатель составляет 3,5, в Испании 20, в Югославии — 17, в США — примерно 18 мест на одну тысячу жителей;

современное гостиничное хозяйство Украины характеризуется сравнительно низким уровнем комфорта. Значительное количество предприятий размещается в амортизированном фонде или в приспособленных помещениях, не отвечающих элементарным требованиям нормативов, предъявляемых к гостиницам;

коэффициент использования номерного фонда в целом по Украине имеет тенденцию снижения, что свидетельствует о процессе снижения спроса на гостиничные места и, как следствие, об ухудшении экономического положения гостиничных предприятий;

относительно невысокие по сравнению со странами развитого туризма поступления в бюджет от сферы услуг по размещению. Наблюдаемый рост доходов от предоставления гостиничных услуг в целом по АР Крым и по отдельным районам столь мал, что не выходит за пределы инфляционных значений.

Отмеченные факты, свидетельствующие о необходимости разработки научно обоснованных стратегий развития предприятий гостиничного типа, следует дополнить детерминантами, осложняющими этот процесс: существенной дифференциацией размеров и типов предприятий, предоставляющих услуги по размещению - от гостиничных объединений и здравниц, принимающих в основном организованных туристов, до мелких пансионатов и многочисленных разрозненных предприятий селитебного сектора, принимающих в то же время втрое, а то и вчетверо большее количество туристов; недостаточно квалифицированный менеджмент в сфере предоставления услуг

по размещению. Разработка стратегии развития если и осуществляется, то часто на интуитивной основе, что делает её малоэффективной и не снижает степень риска отсутствие стабильности в нормативно-правовой базе, что затрудняет принятие стратегических решений; ярко выраженная сезонность потребности в услугах по размещению, затрудняющая определение оптимума обеспеченности средствами по размещению и точки их безубыточности.

Необходимо разработать возможные варианты формирования стратегии развития для крупных и мелких предприятий гостиничного типа, для предприятий различных форм собственности и схем управления, опираясь на уже достаточно разработанные стратегии, такие как: экономическая, маркетинговая, социальная, инновационная, гостиничная, организационная и ранее названные в данной статье. Главной целью разработки научно обоснованных предложений с последующим их внедрением является повышение культуры хозяйственного управления предприятиями гостиничного типа для наиболее полного удовлетворения потребностей потребителей услуг по размещению и отсюда повышения эффективности деятельности предприятий.

Литература

1. Міщенко А.П. Стратегічне управління: навч. посіб. / А. П. Міщенко. — Київ: Центр навчальної літератури, 2004. — 336 с.
2. Герасимчук В.Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання: навч. посіб. / В. Герасимчук. — К.: КНЕУ, 2000. — 360 с.
3. Раєвнева О.В. Управління розвитком підприємства / О. В. Раєвнева. — Харків, 2006. — 356 с.
4. Ильяшенко С.Н. Составляющие экономической безопасности предприятия и подходы к ее оценке / С. Н. Ильяшенко // Актуальные проблемы экономики. — 2003. — № 3. — С. 12-19.
5. Ансофф И. Стратегическое управление / Сокр. пер. с англ.; Науч. ред. и авт. предисл. Л. И. Евенко / И. Ансофф. — С.ПБ.: Питер Ком, 1999. — 416 с.
6. Акофф Р.Д. Планирование будущего корпорации / Р. Д. Акофф. — М.: Прогресс, 1985. — 327 с.
7. Стерлин А.Р. Стратегическое планирование в промышленных корпорациях США (опыт развития и новые явления) / А. Р. Стерлин, И. В. Тулин. — М.: Наука, 1990. — 200 с.
8. Кинг У. Клиланд Д. Стратегическое планирование и хозяйственная политика / У. Кинг, Д. Клиланд. — М.: Прогресс, 1982. — 399 с.
9. Коротков Э.М. Концепция менеджмента / Э.М. Коротков. - М.: Дека, 1997 - 304 с.
10. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. — М.: Азбуковник, 1999 - 940 с.
11. Лапыгин Ю.Н. Стратегический менеджмент: учеб. пособ. / Ю.Н. Лапыгин. — М.: Инфра-М, 2007 — 242 с.
12. Chandler A.D. Strategy and Structure: A Chapter in the History of Industrial Enterprises. Cambridge, Mass, MIT Press, 1962
13. Анисимов О.С. Фундаментальные основы стратегии управления / О.С. Анисимов // Персонал. — 2002. - № 3. — С.38-44.
14. Запасна Л.С. Цілі управління розвитком підприємства / Л.С. Запасна // Економіка: проблеми теорії та практики. Зб. наук. праць Дніпропетровського національного університету. Вип. 241. Т. II. — Дніпропетровськ: ДНУ, 2008. — С. 348–356.
15. Пушкарь А.И. Моделирование управления развитием предприятий на основе согласования интересов экономических субъектов / А.И. Пушкарь, Л.В. Потрашкова // Экономическая кибернетика. — 2003. — № 1-2(19-20). — С. 22-33.
16. Афанасьев Н.В. Управление развитием предприятия: моногр. / Н.В. Афанасьев, В.Д. Рогожин, В.И. Рудыка. — Х.: ИНЖЭК, 2003. — 184 с.
17. Ляшенко В.И. Регулирование развития экономических систем: теория, режимы, институты: моногр. / В.И. Ляшенко. — Донецк: ДонНТУ, 2006 — 668 с.

330.113:[029.3:005.591.4]

Степанова А.В., ассистент,
Одесская национальная академия пищевых технологий

СОЦИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ПРОВЕДЕНИЯ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

На сегодняшний день основным инструментом сохранения, а также увеличения конкурентоспособности и эффективности деятельности отечественных товаропроизводителей является комплексное реформирование структур и функций управления, одним из таких инструментов является реструктуризация. Как показывает исследование, процесс реструктуризации затрагивает изменения в экономической, организационной, технологической, технической составляющих деятельности предприятия, в то время как социальные аспекты преобразований