

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

остаются недостаточно изученными. Многие зарубежные ученые (А.Н. Аверин, В.И. Бобков, Н.А. Волгин, Н.А. Горелов, А.А. Пороховский, В.М. Рутгайзер, Г.Э. Слезингер, Н.П. Сорокина, Ф.И. Шарков и другие) в своих публикациях большое внимание уделяют вопросам, связанным с социальной политикой предприятия. Вопросы социально ответственной реструктуризации рассматриваются в работах таких отечественных и зарубежных авторов (В.П. Бабкина [1], Е.Н. Башарина [2], И.В. Новикова [3] и др.). Проведение социальной и социально ориентированной реструктуризации предприятий является актуальным, и в настоящее время изучается такими учеными: Т.Л. Коротковой [4], Е.Н. Скляр [5], К.В. Швыговой [6] и К.О. Шацких [7].

В Украине аспекты, связанные с проведением социально ориентированной реструктуризации ещё не достаточно изучены, что подтверждает актуальность исследуемой проблемы. В современных публикациях [4; 7] авторы основным инструментом реализации социально ориентированной реструктуризации называют социально-этический маркетинг, что, по нашему мнению, является недостаточным.

Целью статьи является обоснование таких теоретических аспектов проведения импаритетной реструктуризации промышленных предприятий как факторы, принципы, цели, субъекты, объекты, инструменты и механизмы.

Анализ публикаций отечественных и иностранных авторов показал, что социально ответственная реструктуризация тесно связана с понятием социальная ответственность бизнеса или корпоративная ответственность. Термин социальная ответственность появился в 70-х годах прошлого века в западных компаниях, где в то время возникла необходимость выработки единого подхода к объединению элементов корпоративной политики, которые непосредственно связаны с человеческим капиталом организации, взаимодействия с окружающей средой. В таких условиях и было создано понятие корпоративной социальной ответственности.

Основные направления социально ответственной реструктуризации [1]:

по толкованию ООН: под социальной ответственностью понимается отношение компании с клиентами, поставщиками, работниками, а также ее отношение к потребностям, ценностям и целям общества;

трактовка Евросоюза: «Социально ответственная реструктуризация – это концепция, в рамках которой компании на добровольной основе интегрируют социальную и экологическую политику в бизнес-операции и их взаимоотношения со всем кругом связанных с компанией организаций и людей».

По мнению Е.Н. Башариной [2], социально ответственная реструктуризация – намеренное изменение формальных отношений между составляющими элементами компании, которое подразумевает использование одного или нескольких способов учета интересов всех заинтересованных сторон, включая персонал компании. Такой вид реструктуризации включает в себя изменения в партнерстве с группами работодателей, представителями власти; взаимоотношение со СМИ, конкурентами, а также другими заинтересованными сторонами. Социально ответственная реструктуризация направлена на взаимодействие предприятия с внешними стейкхолдерами (решение проблем общества и PR), что обеспечивает для предприятия устойчивый позитивный имидж социально ответственного предприятия и повышает его инвестиционную привлекательность.

Основное понятия «стейкхолдер» дал Р.Е. Фриман [8]: «Стейкхолдер – это группа (индивидуум), которая может оказать влияние на достижение организацией своих целей или на работу организации в целом».

К стейкхолдерам относятся: местные сообщества, потребители, прочие организации гражданского общества, а также институты власти различных уровней. Наиболее важными группами стейкхолдеров являются сотрудники (включая руководство и менеджеров по продажам), потребители, акционеры, поставщики, дистрибьюторы, финансовые организации, финансовые аналитики, СМИ, общественные организации и т.п. Другими словами, стейкхолдеры – это люди, группы, организации, с которыми связана деятельность предприятия и которые непосредственно влияют на его работу.

Как показал анализ работ отечественных ученых, под социальной реструктуризацией, как правило, понимаются изменения в трудовых ресурсах предприятия, непосредственные преобразования в кадровой структуре. Так, например, М. Рафик и П.К. Ахмед [5] рассматривают социальную реструктуризацию в качестве планомерных действий по преодолению сопротивления персонала изменениям, мотивации и интеграции сотрудников с целью эффективной реализации социальных стратегий; К. Гренроос [6] – как выполнение определенных приемов и методов для того,

чтобы заинтересовать сотрудников предприятия в результатах своей работы с активным применением социального подхода.

В отличие от социально ответственной, социальная реструктуризация включает в себя оказание содействия в трудоустройстве, осуществление компенсаций сотрудникам, попавшим под сокращение и направлена на внутренних стейкхолдеров. В результате проведения социальной реструктуризации предприятие получает хорошую мотивированность работников, высокую эффективность деятельности и позитивную репутацию.

Промышленные предприятия в Украине в процессе осуществления своей хозяйственной деятельности сталкиваются с большим количеством социальных проблем: нехватка квалифицированных специалистов, текучесть кадров, нарушения производственной дисциплины, в коллективе возникает «социальная напряженность», возникающие непонимания с поставщиками, сложность с выходом на рынок новой продукции и т.д. Как показали исследования, в процессе реструктуризации предприятия должны ориентироваться на внутренних и на внешних стейкхолдеров. Это, по нашему мнению, позволит предприятиям значительно расширить границы взаимодействия с заинтересованными лицами и является одним из направлений социально ориентированной реструктуризации. В результате анализа публикаций [4; 5], под социально ориентированной реструктуризацией большинство авторов понимает практически-преобразующую деятельность, включающую методы и приемы, основанные на принципах социально-этической концепции маркетинга. По мнению отечественного автора К.О. Шацких [7], основной идеей такой реструктуризации является удовлетворение социальных потребностей всех членов общества, участников рынка и общества в целом.

По нашему мнению, социально ориентированная реструктуризация направлена на сохранение конкурентоспособности предприятия, повышение его социальной и экономической эффективности деятельности, путем предоставления социальной защиты персоналу, удовлетворения потребностей потребителей и общества в целом.

Проведенное исследование публикаций отечественных и зарубежных авторов [5; 6] позволило обосновать необходимость проведения социально ориентированной реструктуризации:

неконкурентоспособностью отечественных производителей, вследствие производства продукции, не отвечающей требованиям и запросам потребителей;

несовершенством системы организации и управления производственной, торговой, сбытовой деятельностью предприятия в современных условиях рынка;

недостаточным вниманием к социальной составляющей деятельности предприятия при принятии управленческих решений руководством, менеджерами и т.д.;

сложностью выхода отечественных товаропроизводителей на внутренний и внешний рынки, в связи с жесткой конкуренцией, что приводит к сокращению рабочих мест, безработице и усиливает социальную напряженность в условиях влияния глобализационных процессов на их деятельность и экономику Украины в целом;

недостаточным вниманием к социальной составляющей качества товара, производимого отечественными товаропроизводителями;

низким уровнем технической оснащенности предприятия, связанной со значительным износом основных фондов, как физическим, так и моральным;

нежеланием отечественных товаропроизводителей обратить внимание на социальную составляющую бизнеса.

Основными объектами проведения социально ориентированной реструктуризации являются следующие ее объекты: продукция (работы, услуги); персонал предприятия; непосредственно само промышленное предприятие и его структурные подразделения, процессы, виды деятельности.

Ключевыми характеристиками для выбранных направлений являются:

производство качественной, безопасной, экологически чистой продукции;

занятость работников, уровень их заработной платы, мотивация и обучение сотрудников;

сохранение эффективности и конкурентоспособности деятельности предприятия;

кластерные объединения предприятий, как способ сохранения конкурентоспособности и эффективности их деятельности;

потребление населением продукции, отвечающей их запросам (выпускаемая продукция качественная, безопасная, экологически чистая и по приемлемой для потребителя цене);

занятость населения региона, стабильный доход жителям региона.

В результаті аналізу понять, пов'язаних з соціальною діяльністю підприємства, нам представляється можливим говорити про те, що соціальна та соціально відповідальна реструктуризація є частиною соціально орієнтованої реструктуризації.

Соціально орієнтована реструктуризація особливо актуальна для підприємств харчової промисловості, де головною задачею залишається збереження конкурентоспроможності та підвищення економічної та соціальної ефективності діяльності під впливом глобалізаційних процесів на економіку України: інтеграція в європейське економічне простір та країн СНГ. Цей тип реструктуризації в довгостроковій перспективі сприятиме підвищенню фінансових показників діяльності підприємства, зростанню продажів, внаслідок формування позитивного іміджу, а також покращенню інвестиційної привабливості. Інструменти проведення соціально орієнтованої реструктуризації, на наш погляд, виходять за межі соціально-етичного маркетингу та потребують розробки методики її проведення.

Література

1. Бабкін В.П. Соціально-відповідальна реструктуризація великої корпорації: роль профспілок: автореф. дис. на отримання ступеня докт. соц. наук / В.П. Бабкін. – Москва. – 2008. – 29 с.
2. Башаріна Е.Н. Соціально відповідальна реструктуризація бізнесу в межах державно-приватного партнерства / Е.Н. Башаріна // Вісник Московського університету – 2007. – №2.
3. Новикова І.В. Соціально відповідальна реструктуризація підприємств: зарубіжний досвід / І.В. Новикова // Журнал «Вісник БГЕУ». – 2003. – №3.
4. Короткова Т.Л. К оцінці економічних та соціальних реформ в країнах СНГ [Електронний ресурс] / Т.Л. Короткова // Проблеми сучасної економіки. – 2011. – №3(19). – Режим доступу до журналу: <http://www.m-economi.ru>.
5. Скляр Е.Н. Теоретичні основи проведення соціально відповідальної реструктуризації промислового підприємства в кризових умовах / Е.Н. Скляр, К.В. Швыгова // Вісник Брянського державного технічного університету. – Брянськ: Видавництво БГТУ, 2009. – №4(24). – С. 107-112.
6. Швыгова К.В. Теоретичні аспекти проведення соціальної реструктуризації на промисловому підприємстві / К.В. Швыгова, Е.Н. Скляр // Вісник Брянського державного технічного університету. – Брянськ: Видавництво БГТУ, 2008. – №2. – С. 127-128.
7. Шацьких К.О. Роль соціально-етичного маркетингу для українського бізнесу [Електронний ресурс] / К.О. Шацьких // Проблеми системного підходу в економіці. – 2010. – №2. – Режим доступу до журналу: <http://www.nbu.gov.ua>.
8. Брюховецька Н.Е. Соціальна відповідальність підприємств в умовах ринкових відносин / Н.Е. Брюховецька, І.П. Булев // Научні праці ДонНТУ. – 2008. – Випуск 34-2. – С. 114-122.

Рецензент докт. екон. наук В.Е. Глушков

005.951:005.585:005.934

*Дойчева К.С., аспірант,
Одеська національна академія харчових технологій*

ЕФЕКТИВНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ІНСТРУМЕНТ ЙОГО ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

Ефективність є однією з основних категорій економіки, яка безпосередньо пов'язана з досягненням остаточного результату розвитку як суспільного виробництва в цілому, так і окремого підприємства. Ефективна та конкурентоспроможна діяльність підприємства в сучасних умовах гарантує його економічну безпеку. На результати діяльності підприємства та її ефективність діяльності підприємства впливають різноманітні фактори, вплив яких визначають за допомогою показників. Тому, в цих умовах набуває особливої актуальності аналіз підходів щодо визначення економічної ефективності діяльності як в цілому підприємства, так й за окремими його видами. Аналіз останніх досліджень і публікацій. Оцінкою ефективності діяльності підприємств як в цілому, так і окремих аспектів його діяльності займалася велика кількість авторів: Г.І. Кіндрацька, М.С. Білик та А.Г. Зогородній [1], Б. Юровський [2], І.Я. Кац [3], Ю.О. Мельник [4], А. Когут [6], та інші.

Аналіз публікацій даних авторів показав, що більшість авторів досліджують ефективність або окремого об'єкту діяльності підприємства (працеві ресурси, інвестиції, оборотний капітал, основний капітал і т.д.), або процесу (податкова політика, інвестиційна діяльність підприємства, управління логістикою), або операційної діяльності, однак в сучасних умовах виникає необхідність системного