

Король Дмитро Васильович, *магістрант,*
Синиця Світлана Михайлівна, *к.е.н., доцентка,*
доцентка кафедри управління та адміністрування

АНТИКРИЗОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ ЯК ФУНКЦІЯ МЕНЕДЖМЕНТУ ФІНАНСІВ СУБ'ЄКТА ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Фінансова діяльність туристичного підприємства характеризується ступенем його прибутковості та оборотності капіталу, фінансової стійкості та динаміки структури джерел фінансування, здатності розраховуватися за борговими зобов'язаннями. Правильна оцінка фінансових результатів діяльності та фінансово-економічного стану підприємства є першою і найбільш необхідною інформацією як для його керівництва і власників, так і для інвесторів, партнерів, кредиторів, державних органів.

Функціонування туризму, як і будь-якої іншої галузі господарського комплексу, пов'язане зі здійсненням фінансових відносин і організацією фінансового механізму. Фінансові відносини туристичних підприємств виникають при формуванні і використанні грошових фондів при обороті грошових засобів.

Завданням фінансової політики туристичної фірми є формування грошових фондів і використання їх на основі ефективного управління грошових потоків в цілях здійснення своєї виробничо-обслуговуючої і фінансової діяльності, виручення прибутку, забезпечення фінансової стійкості.

У цілому фінансовий менеджмент включає відповідні елементи керування: інформацію, планування (прогнозування), організацію, регулювання, контроль. Умовою здійснення фінансового менеджменту є наявність ринкового середовища, що дозволяє вести підприємницьку діяльність на засадах комерційного розрахунку при вільній системі цін, функціонуванні, поряд з ринком товарів і послуг, ринків праці, капіталів, засобів виробництва, законодавчої регламентації державного регулювання діяльності підприємств. Таким чином, рамки фінансового менеджменту підприємств визначаються ринковими факторами, що відрізняє його від загальних умов керування фінансами, в окремих ланках яких можуть переважати адміністративні елементи впливів керуючих суб'єктів на керовані об'єкти [2].

Менеджмент фінансовими ресурсами або менеджмент фінансів включає систему принципів і методів, форм та заходів регулювання конкурентного механізму у сфері фінансів з метою покращення конкурентоспроможності суб'єкта господарювання, а також збільшення його конкурентної вартості [5].

Однак сучасна економіка вимагає впровадження специфічних методів та прийомів менеджменту фінансовими ресурсами, які б надали можливість безперервне функціонування організацій на основі менеджменту зовнішніми та

внутрішнім ризиками, профілактики та нейтралізації фінансової кризи. Відповіддю на ці виклики повинен стати інноваційний ресурс – антикризовий менеджмент [3]. Антикризовий менеджмент – це процес запобігання або подолання кризи в організації [5].

Оскільки майбутнє суб'єктів господарювання в Україні значною мірою встановлюється станом національної економіки, аналіз існуючих в країні проблем, а також врахування особливостей створення фінансових ресурсів організації, повинні стати невід'ємною частиною їх антикризового менеджменту. Зрозуміло антикризовий менеджмент відмінний від традиційного менеджменту фінансовими ресурсами, має свою специфіку, яка пов'язана з суттєвими змінами в умовах роботі підприємницьких організацій, а також з нестабільністю ситуації і новими управлінськими проблемами.

На відміну від традиційного менеджменту на перший план в антикризовому менеджменті виходить непередбачуваність у діях, відсутність чіткого розподілу функцій між учасниками на довгостроковий період.

Із врахуванням цих особливостей, антикризовий менеджмент фінансовими ресурсами можна характеризувати як комплексний, багатоаспектний процес, що враховує спеціалізовані фінансові процедури, унікальний маркетинговий план, який націлений на нейтралізацію найнебезпечніших шляхів застосування фінансових та інших видів ресурсів, мінімізацію втрат фінансових ресурсів від наслідків дії кризових явищ, провадження комплексу заходів запобігання кризових явищ. Процес антикризового менеджменту фінансовими ресурсами, як і будь-яким складним об'єктом включає в себе відособлені, але тісно взаємопов'язані частини – функції. Поняття “функція” є похідним від латинського “functio”, що означає виконання.

У загальному вигляді значення контролю в процесі антикризового менеджменту фінансовими ресурсами туристичної організації можна визначити наступною схемою (рис. 1):

Розроблена схема надає загальне представлення про антикризовий менеджмент, як про механізм менеджменту фінансовими ресурсами, де кожне значення конструює механізм оберненого зв'язку, об'єднуючи в єдине основні функції антикризового менеджменту фінансовими ресурсами туристичної організації. Це надає можливість контролю займати інтегруюче значення, недооцінювання якої суттєво зменшує продуктивність антикризового менеджменту фінансовими ресурсами. Елементами контролю є підсистеми обліку та аналізу. Функція обліку фінансових ресурсів визначається у спостереженні, ідентифікації, вимірюванні та реєстрації фактів затрати фінансових ресурсів у процесі антикризового функціонування організації. За інформацією обліку здійснюється аналіз виконання планових завдань. Досягнуті результати співставляються з планом, зазначаються відхилення, на які необхідно звернути увагу, здійснюються певні висновки з ухваленням за ними відповідних антикризових заходів.

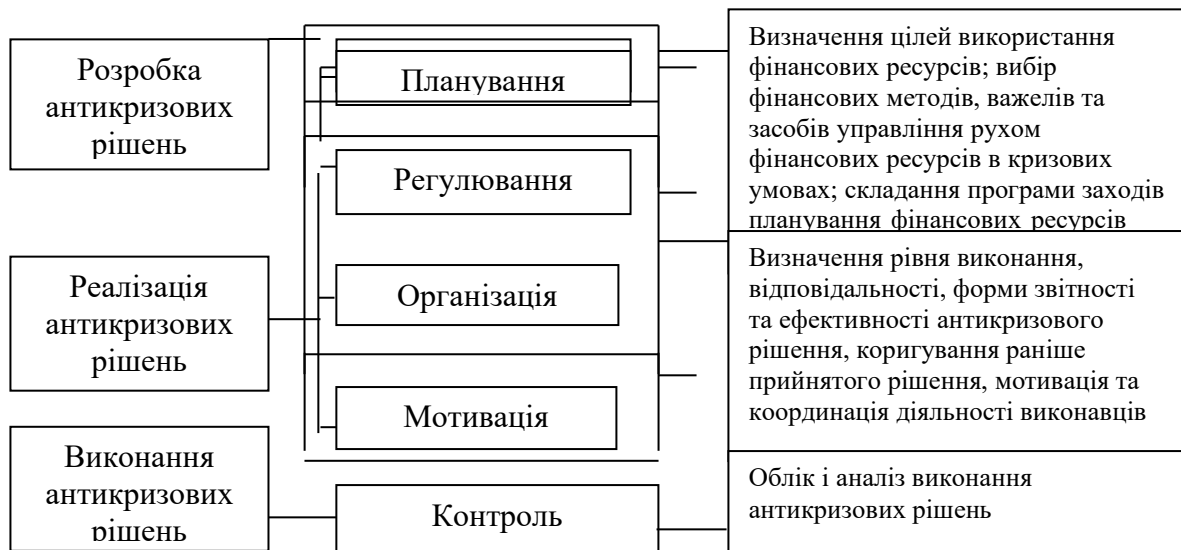


Рис. 1. Загальна схема антикризового управління фінансовими ресурсами ТзОВ

За результатами цього створюються глобальні заходи з удосконалення системи антикризового менеджменту фінансовими ресурсами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Азарян О.М. Ринок туристичних послуг: моніторинг і розвиток комплексу маркетингу : [монографія] / О.М. Азарян, Н.Л. Жукова. – Донецьк : Вид-во ДонМУ, 2002. – 243 с.
2. Бланк І.А. Фінансовий менеджмент: Навчальний курс / І.А. Бланк. – К.: Ельга, Ніка-Центр, 2004. – 656с.
3. Василенко В.О. Антикризове управління підприємством: Навч. посібник./ В.О. Василенко // – К.: ЦНЛ, 2003. – 504 с.
4. Соболева О.А. Фінансово-економічний аналіз діяльності турфірми / О.А. Соболева, І.І. Соболев [Електронний ресурс] / Туристична бібліотека „Все про туризм». – Режим доступу: http://tourlib.net/books_tourism/soboleva.htm
5. Поклонський Ф.Ю. Організаційні підходи до підвищення якості обслуговування на туристичних підприємствах / Ф.Ю. Поклонський, К.А. Панасюк // Науковий збірник ДІРСП. Серія «Економіка і менеджмент». – 2010. – С. 286 – 289.

**Хомин Ірина Володимирівна, магістрантка,
Сабецька Тетяна Ігорівна, к.е.н.,
доцентка кафедри міжнародної економіки,
маркетингу і менеджменту**

МЕТОДИ ТА ІНСТРУМЕНТИ НЕДОБРОСОВІСНОЇ РЕКЛАМИ

У сучасному динамічному та інформаційному суспільстві кожен із нас є споживачем реклами, яка розповідає, переконує, стимулює придбати той чи інший товар або послугу.