

Рассчитывается также общий показатель ликвидности, который по данным гостиничного комплекса на конец года составил 1,7.

На основании расчета указанных коэффициентов можно сделать вывод о платежеспособности гостиничного комплекса. Однако следует обратить внимание на специфику структуры активов гостиничного комплекса.

*Ефременко Ю. Р.
БГТУ (Брест)*

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ГОТОВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ К РЕАЛИЗАЦИИ МАРКЕТИНГА

Анализируя опыт разработок и внедрения стратегий маркетинга на предприятиях и учитывая особенности и проблемы развития отечественного маркетинга, можно выделить несколько групп факторов, в разной степени оказывающих влияние на готовность предприятия к реализации маркетинга.

Наличие целевой программы.

1.1. Определенность миссии.

Наличие представления о тех целях, которые предприятие желает достичь в будущем, т.е. наличие разработанной миссии предприятия.

1.2. Определенность целей и стратегии предприятия.

Теоретически, каждое предприятие имеет цели и стратегии, которые регламентируют его деятельность. Комплекс “цели-стратегии” задает основные направления поиска рыночных возможностей, поддерживает в запланированных рамках затраты, определяет количество и квалификацию персонала. Доведенные до каждого работника цели, проработанные и обнародованные на предприятии стратегии, заставляют персонал приспосабливать собственные цели к целям предприятия, собственные стратегии - к его стратегиям. Принятие предприятием стратегий высвобождает высшее руководство от рутинной работы и необходимости принимать решения по всем мелким вопросам, создает возможность делегирования тактических решений среднему руководящему звену и работникам на местах.

Цели и стратегии предприятия должны быть оформлены в виде документов, в которых концепция стратегического управления предприятием излагается на определенный период.

Отлаженное функционирование информационно-аналитического механизма

2.1. Сбор, анализ и обработка информации

Маркетинговая информация помогает получать конкурентные преимущества, снижать риск, определять отношения потребителей, следить за внешней и внутренней средой, координировать стратегию, оценивать деятельность, повышать доверие к фирме, подкреплять интуицию, повышать эффективность деятельности, а самое главное - позволяет реагировать, опережая появление даже минимальных признаков возможной угрозы.

2.2. Наличие единой маркетинговой информационной системы.

Работа по повышению конкурентоспособности предприятия на так называемом тактическом уровне

3.1. Стратегичность управления

Должно быть понимание того, какой должна быть компания в средне- и долгосрочном будущем. Для этого необходимо иметь разработанную стратегическую концепцию, стратегию предприятия и, на основе SWOT-анализа и бизнес-планов, стратегии для каждого подразделения.

3.2. Адаптивность системы управления

Под адаптивностью системы управления предприятием понимается соответствие организационной структуры, методов, принципов и механизмов управления предприятием целям, функциям и стратегиям предприятия и его подразделений. Система управления должна способствовать реализации стратегической концепции компании.

1.3 Финансовая и управленческая прозрачность

Этот фактор подразумевает наличие у предприятия финансовой структуры, финансовой и учетной политики, соответствующей международным принципам и стандартам учета.

3.4. Управляемость бизнесом

В процессе своего развития предприятие сталкивается с так называемыми проблемами роста. Симптомами проблем этого уровня могут быть следующие: усложнение информационных, ма-

териальных и иных потоков на предприятии, ухудшение финансового состояния, снижение общей организованности, сбои в основных бизнес-процессах предприятия и многое другое.

Отлаженная организационно-функциональная система

4.1. Ориентированность текущего управления на выполнение стратегических задач предприятия

В отсутствие стратегического управления интересы функциональных подразделений начинают преобладать над интересами предприятия в целом.

4.2. Организационное разделение задач стратегического управления от задач операционного управления

Разграничение штабных и линейных функций, т.е. высшие руководители должны быть освобождены от решения оперативных задач. Одни и те же менеджеры не должны заниматься задачами оперативного и стратегического планирования.

4.3. Наличие штабных подразделений, осуществляющих внутрифирменное консультирование по вопросам стратегического развития

Они не должны участвовать в решении задач оперативного управления, а осуществляют консультирование высших менеджеров по вопросам стратегического управления.

Наличие на предприятии эффективно работающего маркетингового подразделения.

Это подразделение и должно формировать маркетинговую стратегию на основе анализа факторов внешней и внутренней среды предприятия.

4.5. Приглашение сторонних консультантов для решения неспецифических задач

Сторонний консультант выступает здесь как независимый эксперт, а значит, может оценить обстановку с большей объективностью.

Наличие системы мотивации и социально-культурный климат внутри предприятия

5.1. Постоянное информирование персонала о стратегических целях и планах предприятия

Этот фактор способствует мотивации более высоких достижений в деятельности персонала.

5.2. *Высокий уровень корпоративной культуры*, т.е. интересы предприятия и интересы отдельных групп работников должны находиться в некой гармонии.

Степень проявления вышеперечисленных признаков в деятельности предприятия как нельзя лучше характеризует уровень его готовности к реализации стратегии маркетинга. Получить количественный результат можно, прибегнув к методам экспертного оценивания.

На основании полученной оценки степени готовности предприятия делаются выводы: если она оценивается как высокая, то можно приступать к реализации маркетинговой стратегии, в противном случае необходимо провести работу по подготовке предприятия, на что требуется тем больше времени и ресурсов, чем ниже оценивается степень готовности.

Жалтаускене Нийоле, Гянене Милда
Литовский сельскохозяйственный
университет (Каунас)

УПРАВЛЕНИЕ ЛИКВИДНОСТЬЮ БАНКА

Банки занимают стратегическое место в экономике как основные источники формирования и распределения денег. Поэтому, по состоянию банков можно судить о развитии всей экономики страны. Это означает, что необходимо уделять достаточное внимание изучению проблем предупреждения риска банкротства банков, оценке их достоверности, постоянному изучению их деятельности. Сфера деятельности банков содержит многочисленные особенности, поэтому для них применяется своеобразное регулирование. Более строгим регулированием деятельности банков государство старается гарантировать безопасность акционеров и вкладчиков. Если вкладчики заинтересованы в получении высоких процентов за вклады, то акционеры, в свою очередь, -- высоких процентов за кредиты. Здесь возникает вечное противоречие, которое в достаточно большой степени влияет на ликвидность банка, а вместе с тем, и на его достоверность. Все регулирование имеет смысл только тогда, когда регулируются не отдельные элементы, а вся система. Следовательно, один из важнейших вопросов оценки деятельности