

УДК 338.481.1:[338.488.2:640.4]

Рогожніков Ю.В.¹, Безхлібна А.П.²

¹ студ. гр. МТЕ-410сп НУ «Запорізька політехніка»

² канд. екон. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

АНТИКРИЗОВА СТРАТЕГІЯ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Одним із інструментів реалізації антикризового управління підприємством готельного бізнесу є антикризова стратегія. Вона допомагає виявити і розвинути ринкові переваги, що є ключовими в конкурентній боротьбі та налагодженню взаємовідносин із конкурентами. Стратегія антикризового управління буде ефективною, якщо його тип відповідає конкретній ситуації і наявності інших умов [1].

Основною метою реалізації антикризової стратегії готельних підприємств є:

1) забезпечення ліквідності і платоспроможності за рахунок оптимального поєднання власних і залучених джерел фінансування;

2) забезпечення високого рівня рентабельності та господарювання у зоні прибутковості.

Вибір антикризової стратегії готельних підприємств повинен відбуватися на основі показника поточної неплатоспроможності підприємства, який характеризує фінансовий стан підприємства. Показником ознак поточної неплатоспроможності підприємства за наявності простроченої кредиторської заборгованості є різниця між сумою наявних грошових коштів, їх еквівалентів та інших активів та його поточних зобов'язань. Обрання відповідного оперативного механізму відбувається на основі визначення характеру неплатоспроможності, індикатором якої є коефіцієнт чистої поточної платоспроможності. Якщо коефіцієнт чистої поточної платоспроможності більше одиниці, то необхідно забезпечити прискорене переведення частини ліквідних оборотних активів у грошові засоби. У разі ж, якщо коефіцієнт чистої поточної платоспроможності менше одиниці, то необхідне негайне повне або часткове припинення інвестування необоротних активів підприємства [2].

На основі аналізу показників оцінки фінансового стану підприємства, ймовірності настання банкрутства та портфельного аналізу встановлюється

яку стратегію підприємству доцільно застосувати. Це може бути антикризова комбінована стратегія (стабілізації та зростання), яка спрямована на стабілізацію діяльності готелю та посилення його конкурентних позицій на ринку (особливо що стосується мережевих готелів), що в кінцевому підсумку, призведе до вирівнювання обсягів продажів з наступним їх зростанням [2].

Отже, в ході реалізації антикризової стратегії підприємствам готельного бізнесу необхідно вести облік, контроль та аналіз витрат (їх доцільність, можливість їх зменшення чи уникнення). Також важливо визначати можливості підвищення прибутковості готелю від надання основних та додаткових послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Скібіцький О. М. Антикризовий менеджмент : навч. посіб. / О. М. Скібіцький. – К. : Центр навчальної літератури, 2009. – 568 с.
2. Інструменти антикризового управління підприємствами [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/12/291.pdf> (дата звернення: 20.03.2024).