



УДК 338.242

СУТНІСТЬ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ТА ПРИНЦИПИ ЙОГО ЗДІЙСНЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Студ. С.О. Марценюк, гр. МГУР-1-16
наук. керівник доц. С.М. Невмержицька
Київський національний університет технологій та дизайну

Мета і завдання. Головною метою дослідження є пошук нових шляхів розвитку економіки шляхом розумного управління людьми і ресурсами організації, яка перебуває в кризовому стані.

Для досягнення зазначеної мети було поставлено та розв'язано такі **завдання**: розглянути теоретичні аспекти антикризового управління підприємством та визначити його місце у відновленні економічного стану підприємства; визначити основні принципи антикризового управління на підприємстві; обґрунтувати шляхи удосконалення антикризового управління на підприємстві.

Об'єкт дослідження. Об'єктом дослідження є кризові явища в діяльності підприємства, а саме причини їх виникнення, розвиток, усунення та, найголовніше, запобігання. Запровадження на підприємстві елементів антикризового управління призведе до вирішення основних проблем цього підприємства і при правильній оцінці та розподілі ресурсів відкриє нові напрямки діяльності для підприємства.

Методи та засоби дослідження Задачі, які постають перед нами, передбачають створення окремої системи антикризового менеджменту на підприємстві. Оскільки кожне підприємство має свої особливості, то й пошук шляхів виходу з кризи у всіх різний.

Результати дослідження. Криза, в широкому сенсі цього слова, необхідна для системи підприємства не менше стабільності. Адже це є переломним моментом в діяльності організації, новим фактором, що дає можливість розвиватись економіці та інноваціям на підприємстві.

При використанні тої чи іншої стратегії треба доопрацювати методіку оцінювання кризи відповідно до даного підприємства та його системи. Якщо розглядати кризовий вплив на систему організації, то можна відмітити не лише негативні наслідки, а й позитивні. Криза, так би мовити, несе у собі приховані зміни.

Незважаючи на значний вплив зовнішнього середовища на діяльність підприємств, вони мають можливість регулювати негативні процеси та вживати запобіжні заходи, які знаходяться в зоні дії самого підприємства, а також планувати заходи щодо виходу з кризового стану.

Криза це не тільки протиріччя в економіці та розвитку підприємства, а й протиріччя, які мають місце у самих процесах функціонування. Як приклад, це техніка та рівень досвіду персоналу, технології на підприємстві та умови їх використання.

Криза на підприємстві може бути спричинена зовнішніми та внутрішніми факторами. Зовнішні пов'язані з розвитком світової економіки, конкуренцією на ринку послуг, політичною ситуацією в країні або її законодавством. Внутрішні пов'язані безпосередньо з підприємством.

Зазначимо, що антикризове управління складається з двох аспектів: активного та пасивного. У контексті активного антикризового управління, перед маркетингом постає завдання з оперативного збирання інформації відносно об'єктів зовнішнього середовища, пов'язаних із виникненням кризи на підприємстві, активізацією збутової діяльності та вдосконаленням роботи служби збуту.

Зміст заходів, які будуть приймати фахівці для подолання кризи, залежить, насамперед, від її глибини. Виходячи з цієї позиції, антикризове управління, може становити, профілактику на підприємстві, спрямовану на попередження кризи.

Заходи, які набули найбільшої популярності та мають гарні показники профілактики системи підприємства, – розумне використання ресурсів підприємства на всіх рівнях, ефективна система контролю, стратегічне планування на підприємстві, фінансовий та маркетинговий аналіз ринку, достатня мотивація персоналу, прогноз ризиків виникнення кризи та усунення їх [1].

Одне з ключових місць посідає не лише система показників, яка містить основні ознаки кризи, а й сукупність прийому досліджень та їх практичного використання. Нажаль на сучасному етапі управління воно являє собою слабку ланку.

Розпізнавання кризи тісно пов'язане з організацією, наявністю фахівця, його діяльністю на підприємстві, рішень, які він приймає в кризових ситуаціях, взаємодією в колективі. Йому треба вміти передбачити заздалегідь виникнення кризових ситуацій, та виявити джерело їх виникнення, мати уявлення про те, як з ресурсами, що має підприємство, можна вийти з кризового положення [2].

Після того, як криза спіткає підприємство, спочатку погіршується, а потім поступово втрачається життєздатність підприємства, можливість повернення до рівноважного стану, виникає дефіцит ресурсів або можливостей підприємства для подальшого розвитку [3].

Основні принципи, які є підґрунтям для антикризового управління, є наступні:

1. Принцип опори на антикризову свідомість – розуміння негативних наслідків виникнення та поглиблення кризи для усіх суб'єктів антикризового процесу.

2. Принцип діагностики кризових явищ підприємства, а саме проведення ретроспективного, оперативного і перспективного цільового аналізу, спрямованого на виявлення ознак кризи підприємства, ідентифікацію її глибини та можливих наслідків.

3. Принцип реалістичності в оцінці ситуації, успіхів або невдач, які мають місце; оцінюючи можливість подолання кризи, необхідно спиратися на об'єктивну реальність. Невдачі не повинні сприйматися фатально, слід зосереджувати увагу на вивченні причин низької ефективності або нерезультативності для запобігання повторень таких помилок у майбутньому [3].

Вище згадані принципи управління кризою на підприємстві доповнюють один одного. Вони можуть діяти тільки в системі.

Перелічені заходи слугують основою антикризового керування підприємством при загрозі банкрутства. Його основною ціллю є розробка та реалізація заходів, які будуть направлені на швидке відновлення платоспроможності та повернення фінансової стійкості підприємства, яке буде забезпечувати його вихід з кризи [2].

Висновки. Отже, щоб не потрапити в кризову ситуацію, треба продумувати вже сьогодні всі дії на підприємстві. Антикризове управління відіграє велику роль на підприємстві. Уміння фахівців діяти в кризових ситуаціях, аналізувати причини та наслідки забезпечить виживання підприємства в середовищі, що динамічно змінюється.

Ключові слова: антикризове управління; принципи управління; підприємство.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Мельник Ю.М. Механізм маркетингового антикризового управління підприємством / О.А. Біловодська, Ю.М. Мельник // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. - № 6, Т. 4. – С. 105-108.
2. Діденко Є.О. Модель антикризового управління підприємством / Є.О. Діденко // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія «Економічні науки». – 2015. - №3 (87). – С. 53-58
3. Мельник Ю.М. Маркетингові інструменти антикризового управління підприємством / Ю.М. Мельник // Маркетинг. Менеджмент. Інновації: монографія / за ред. д.е.н., професора С.М. Ілляшенка. – Суми: ТОВ «Друкарський дім «Папірус», 2010. – С. 505 - 516.