

Особливості антикризових стратегій підприємства в сучасних умовах господарювання

Зоїдзе Д. Р., к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту і адміністрування Національного фармацевтичного університету

Губарєв О. О., к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту і адміністрування Харківської державної академії культури

*Маланчій В. В., здобувач вищої освіти 2 курсу за освітньо-професійною програмою «Адміністративний менеджмент» Національного фармацевтичного університету
270214@ukr.net*

Кожна криза приносить підприємству нові можливості, завдяки яким воно або змінюється, або зникає. Для того, щоб постійно розвиватися та не припиняти свою діяльність, суб'єктам господарювання необхідно навчитися ефективно використовувати антикризове управління.

Антикризове управління підприємством – це процес, який повинен здійснюватись постійно, а не тільки в момент, коли криза почалася і стрімко розвивається. Попередити її початок набагато простіше і легше, ніж болісно виходити з неї, паралельно вирішуючи масу проблем, що накопичилися.

Щоб вивести компанію з важкого становища, потрібна стратегія, яка повинна бути або розроблена заздалегідь, або сформована вже в розпал цього явища. Без чіткого формулювання проблем, що викликали кризу на підприємстві, без їх усвідомлення не можна приступити до розробки антикризових заходів.

Як правило, стратегія антикризового управління підприємства розробляється на короткий проміжок часу, найчастіше на рік. В основі стратегії лежать завдання з відновлення платоспроможності та стабілізації фінансового стану компанії. Чим слабкіше справжній стан підприємства, тим більш ретельному аналізу повинна підлягати його стратегія. Кризова ситуація на підприємстві – ознака або слабкої стратегії, або її поганої реалізації, або того й іншого разом [1].

Визначимо кілька видів антикризових стратегій в сучасних умовах господарювання [2-3]:

– початкова стратегія, метою якої є стримане зростання для того, щоб забезпечити підприємству вихід на оптимальну ефективність;

– стратегія проникнення, яка спрямовує зусилля підприємства на поглиблене проникнення на ринок і додаткові зусилля з підвищення темпів зростання обсягу продажів;

– стратегія прискореного зростання, метою якої є повне використання внутрішніх і зовнішніх можливостей;

– стратегія перехідного періоду, метою якої є забезпечення після періоду прискореного зростання етапу перегрупування і перебудови діяльності підприємства з метою входження в новий цикл зростання якнайшвидше, тобто не допускаючи тривалої стагнації виробництва;

– стратегія стабілізації, яка спрямована на досягнення раннього вирівнювання обсягу продажів і прибутків з подальшим їх підвищенням, тобто з переходом на наступний етап зростання;

– стратегія виживання, яка застосовується у випадках повного розладу

економічної діяльності підприємства, в стані, близькому до банкрутства;

– стратегія управління, яка представляє собою господарську політику, розроблену на основі передбачення майбутнього розвитку, характеру і наслідків виробничо-господарської діяльності шляхом визначення і прогнозування результатів, необхідних ресурсів, засобів і методів управління.

Аналізуючи стратегію підприємства, менеджери повинні сконцентрувати свою увагу на наступних трьох моментах:

– ефективність поточної стратегії;

– межі конкуренції (розмір ринку) і групи споживачів, на які підприємство орієнтується;

– сила і слабкість, можливості і загрози для підприємства. Найзручніший і апробований спосіб оцінки стратегічного положення компанії – SWOT-аналіз.

Наступні етапи в антикризовому управлінні підприємством пов'язані з реалізацією стратегії, оцінкою і контролем її результатів.

В якості тактичних (оперативних) заходів щодо виходу з економічної кризи можуть бути використані наступні: скорочення витрат, закриття підрозділів, скорочення персоналу, зменшення обсягів виробництва і збуту, активні маркетингові дослідження, підвищення цін на продукцію, виявлення і використання внутрішніх резервів, модернізація, залучення фахівців, отримання кредитів, зміцнення дисципліни і т. п. Однак тактичне планування має здійснюватися тільки в рамках обраної стратегії. Якщо оперативні заходи не відповідають стратегічним цілям, то це може привести до короткочасного поліпшення фінансового становища, але не дозволить усунути глибинні причини кризових явищ [2].

Останнім етапом антикризового стратегічного управління є оцінка і контроль виконання обраної стратегії. З цією метою на підприємстві має сенс запровадити оперативний фінансовий контроль, до якого залучаються головні менеджери підприємства. Це дозволить підвищити керованість процесів за рахунок постійного зворотного зв'язку і корекції антикризових заходів, а саме: керівництво підприємства може переглянути план здійснення стратегії, якщо цього вимагають обставини.

Таким чином, в сучасних умовах господарювання успішний розвиток компанії можливий тільки за умови застосування в її менеджменті своєчасної та адекватної стратегії антикризового управління.

Використана література:

1. Антикризисное управление предприятием. Стратегия и цели антикризисного управления // Финансовый директор: электронный журнал. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.fd.ru/articles/158225-antikrizisnoe-upravlenie-predpriyatiem-qqq-16-m10> (дата обращения: 04.10.2019).

2. Тайгибова, Т. Т. Разработка стратегии как инструмента антикризисного управления предприятием / Т. Т. Тайгибова // Молодой ученый. – 2013. – №4. – С. 304–307. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/51/6529/> (дата обращения: 04.10.2019).

3. Демидовец, В. П. Стратегии анти кризисного управления предприятием и механизм их реализации / В. П. Демидовец // Труды БГТУ. Экономика и управление. – 2010. – № 7. – С. 227–230. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/strategii-antikrizisnogo-upravleniya-predpriyatiem-i-mehanizm-ih-realizatsii> (дата обращения: 04.10.2019).