

ОСОБЛИВОСТІ АНТИКРИЗОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

У сучасних умовах діяльність переважної більшості українських підприємств залишається незадовільною, тому що їх керівництво не в змозі адаптувати свій стиль управління та використовувати адекватні методи щодо розв'язання кризових ситуацій, які актуалізувались внаслідок широкомасштабної військової агресії проти України та її наслідків для суб'єктів господарювання. Внаслідок цього виникає об'єктивна необхідність застосування нових видів стратегічного управління, а саме антикризового управління. Слід зазначити, що в антикризовому управлінні вирішальне значення має відігравати стратегія управління, в якій основна увага повинна приділятися проблемам виходу з кризи [1].

Пошук напрямів виходу підприємства з економічної кризи безпосередньо пов'язаний з усуненням причин, які її зумовлюють. Для цього необхідно здійснити ретельний аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища, виділити компоненти, які впливають на нього, зібрати та відслідковувати інформацію про кожен складову і на основі оцінки реального становища підприємства з'ясувати причини кризового стану. Отже, у процесі планування виходу з кризового становища особливу увагу слід приділяти розробці антикризової стратегії діяльності підприємства та визначенню тактики її реалізації.

Розробка антикризової стратегії діяльності підприємства складається з таких етапів:

перший етап – визначення місії новостворених підприємств або перегляд місії і системи цілей для вже існуючих;

другий етап – аналіз внутрішніх і зовнішніх факторів кризової ситуації на підприємстві;

третій етап – аналіз альтернатив і вибір адекватної антикризової стратегії.

Антикризове управління повинно починатися з моменту виникнення ідеї про створення підприємства. Саме в цей момент ініціатор підприємницької діяльності має визначитися з потенційними негативними та позитивними чинниками, які можуть вплинути на функціонування підприємства за обраним напрямком. Отже, всі сили підприємця повинні бути зосереджені на виборі місії, яка продиктована, насамперед, мотивом досягнення стійкого прибутку в розмірах, достатніх для постійного нарощування стратегічного потенціалу підприємства і рівня його конкурентної переваги [2].

Місія повинна забезпечувати підтримку певного конкурентного статусу підприємства і надати йому конкурентну перевагу на тривалий період.

Можливості підприємства багато в чому залежать від впливу реальних факторів і подій у макросередовищі, яке в першу чергу вносить корективи в систему ресурсів, необхідних для виконання підприємством своєї місії, і визначає параметри виробничої системи. Макросередовище впливає на необхідні характеристики підприємства як опосередковано, через мікросередовище, так і безпосередньо, втручаючись в ринкові відносини, що продиктовано намірами регулювання ринку і стосунків між його суб'єктами. У цьому зв'язку необхідно зазначити, що на ефективність антикризового управління впливає передусім людський фактор, тому що саме свідома діяльність людини дозволяє шукати і знаходити напрями виходу з

кризових ситуацій, концентрувати зусилля на вирішенні найбільш складних проблем, використовувати накопичений досвід для подолання кризи та адаптуватися до кризових явищ. Таким чином, в сучасних умовах підвищеної невизначеності та ризику керівникам українських підприємств варто особливу увагу приділяти розробці ефективної антикризової стратегії, яка враховуватиме специфіку функціонування та оточення конкретного підприємства, позитивний досвід діяльності компаній, передбачатиме проведення ретельного аналізу фінансового стану суб'єкта господарювання, і сприятиме виходу вітчизняних підприємств із скрутного становища.

Задля вчасного виявлення можливої появи кризових явищ на підприємстві та якомога повнішого аналізу причин їх появи та масштабів загрози є необхідним впровадження та виконання в організації функцій антикризового менеджменту та функціонування відповідного до конкретних умов існування підприємства аналізу кризових явищ.

Література:

1. Ватченко, Б., & Шаранов, Р. (2022). Антикризове управління підприємством в умовах війни. *Економічний простір*, (182), 38-43. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/182-5>

2. Гудзь О.Є. Формування стратегії антикризового управління підприємств. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2019. № 2. С. 4-10.

Під керівництвом: доц. каф. Економіки та менеджменту, Ю. Е. Дудневої