

4. Офіційний сайт сінгапурського банку DBS – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.dbs.com/default.page>

УДК: 6585:005.334

Дзюба Б.О.,

студентка 4 курсу, групи ФФ-405, факультету фінансів

ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

Жолнерчик Г. Ю.,

науковий керівник, к.е.н., доцент, доцент кафедри

корпоративних фінансів і контролінгу

ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

Антикризове управління корпоративним сектором в сучасних умовах

В період політичної, економічної, фінансової нестабільності, недосконалості ринку товарів та послуг, можна спостерігати, що велика кількість вітчизняних підприємств наближаються або вже доведені до межі кризового стану: критичний рівень фінансових показників, погіршення конкурентних позицій, погіршення платоспроможності.

Отже, за таких обставин роль антикризового управління підприємством як процесу запобігання або подолання кризи, збереження позицій підприємства зростає.

Антикризове управління підприємством повинно бути направлене на:

- недопущення втрат, зниження платоспроможності, повна готовність до кризи;
- пріоритетність дій у випадку загрози банкрутства підприємства;
- здійснення заходів не лише щодо уникнення чи ліквідацію наслідків кризи, але й для забезпечення розвитку підприємства в період кризи;

Необхідність формування стратегії антикризового управління на підприємствах, пояснюється наступним:

- зростанням темпів деформаційних коливань, що суттєво перевищують можливості адекватної реакції підприємств;
- неспроможністю своєчасного прийняття відповідних управлінських рішень щодо реагування на кризові ситуації;
- нарощенням частоти виникнення непередбачених кризових процесів, нехарактерних для діяльності підприємства.[3]

Ефективність антикризового управління корпоративним сектором залежить від:

- якості підготовки персоналу, який своєчасно повинен визначати формування внутрішніх і зовнішніх факторів, які можуть призвести до виникнення загроз і ризиків розвитку підприємства.
- врахування ризику негативного впливу кризових процесів на фінансову діяльність підприємства, розробка заходів щодо мінімізації можливої загрози;
- побудови потенціалу підприємств у рахуванням ймовірності виникнення кризових явищ;
- побудови стратегії антикризового управління: а саме стратегії недопущення кризи та стратегії подолання кризи;
- експертної оцінки розроблених заходів фінансового оздоровлення підприємства в період кризи.

Також потрібно сказати про ситуацію з COVID-19, яка на даний момент доводить велику кількість підприємств до кризового стану

Спалах пандемії COVID-19 змусив закрити багато підприємств, що призвело до безпрецедентного порушення діяльності в більшості галузей промисловості. Корпоративний сектор стикається з такими проблемами, як проблеми, пов'язані з охороною праці, ланцюгом поставок, робочою силою, грошовим потоком, споживчим попитом, продажами та маркетингом.

Зазначимо, що орієнтування на виклики пов'язані з ситуацією, яка склалась на даний момент, не гарантуватимуть процвітання корпоративного сектору в майбутньому, тому що, як тільки ми пройдемо цю пандемію ми опинимось зовсім в іншому світі, порівняно з тим, який був до пандемії. Навіть

на даний момент багато ринків, особливо у сфері туризму та готельного бізнесу вже не існує. Тобто, більшість антикризових стратегій можуть вже не бути настільки ефективними.

Але така ситуація, яка склалась в Україні і в світі не для всіх є критичною. Можна сказати, що поки деякі підприємства борються, інші – процвітають. Це справедливо для ряду підприємств, які базують свою діяльність на інтернеті, як наприклад тих, що займаються розвагами в інтернеті, покупками в інтернеті, доставкою їжі, онлайн-освітою. Інші галузі, що також добре розвиваються, - це галузі пов'язані з сферою охорони здоров'я та ліками.

Позитивною стороною пандемії в свою чергу є те, що відкриваються великі можливості для компаній в побудові нових стратегій та програм корпоративної відповідальності. Компаніям або підприємствам доведеться переоцінити свої місії та цілі, щоб врахувати зміни у переліку клієнтів та конкурентів, а також можливостей та загроз.

Отже, можна сказати, що криза пов'язана з пандемією не принесла в світ нічого кардинально нового, а лише прискорила перехід світу з доінтернетного формату в інтернетний. Вона прискорила процеси, які були раніше: онлайн формат навчання, розваг, покупок, оптимізацію та автоматизацію покупок.

Список використаних джерел:

1. Naveen Donthu, Anders Gustafsson. Effects of COVID-19 on business and research // Journal of Business Research Volume 117, September 2020, Pages 284-289.
2. B. Jaworski, A.K. Kohli, A. Sahay /Market-driven versus driving markets // Journal of the Academy of Marketing Science, 28 (1) (2000), pp. 45-54.
3. Семенов Г.А., Ярошевська О.В. Стратегічна програма антикризового управління підприємством. Держава та регіони. 2010. № 3. С.160–167.