

## **КЛІЄНТООРІЄНТОВАНА СИСТЕМА АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ**

Антикризове управління підприємства в сучасних умовах пандемії, нестабільності економіки викликаній спочатку ревальвацією національної валюти, а потім такою ж стрімкою девальвацією набуває особливої уваги сьогодні. Причини виникнення криз в підприємстві мають різний характер походження. Перш за все, важливо розпізнати симптоми кризової діяльності, для того щоб завчасно запровадити програми антикризового управління. Для цього необхідно розділити внутрішні та зовнішні фактори впливу на кризовий стан. До внутрішніх факторів перш за все необхідно віднести застарілу систему управління підприємством, яка неспроможна задовільнити сучасні потреби ринку та клієнта.

Антикризовий менеджмент – це комплексна система управління, спрямована на запобігання та усунення кризи організації, а також ліквідацію її негативних наслідків. [1, с.2].

Системність процесу антикризового управління вимагає взаємоузгодженості дій всіх учасників даного процесу, які повинні засновуватись на певних принципах при вирішенні завдань по досягненню головної мети — відновлення стабільної роботи та ринкової вартості підприємства [2, с. 71]. Етапи створення клієнтоорієнтованої системи антикризового управління підприємством є:

1 етап – трансформація від класичного маркетингу до клієнтоорієнтованого. Згідно міжнародним системам менеджменту якості початком та закінченням управління проектом є маркетинг. Вивчення ринку, потреб споживачів, якісний сервіс та зворотній зв'язок – основні принципи маркетингу орієнтованого на клієнта.

2 етап – розробка та впровадження у виробництво продукту відповідно до конструкційних та технічних вимог клієнта. Під час проектування нового продукту необхідно враховувати властивості товару важливі споживачеві.

3 етап – виготовлення товару у встановлені клієнтом строки. Виконуючи замовлення споживача необхідно не лише дотримуватись власних термінів виробництва, а й виготовляти готовий продукт враховуючи строки покупця.

4 етап – ринкове ціноутворення. Більшість вітчизняних підприємств застосовують радянську систему ціноутворення, яка базується на виробничих витратах підприємства. Клієнтоорієнтована ціна продукту формується з ринкової кон'юнктури товару.

5 етап – сервіс. Під час постачання готового товару необхідно враховувати сучасні вимоги до упаковки та клієнтоорієнтовані вимоги до логістики, а саме – доставку.

6 етап – гарантія. Для встановлення стійких бізнес-зв'язків велику роль відіграє не тільки якість продукції, а й її гарантійне обслуговування. Сьогодні репутабельність компанії визначається умінням швидкого реагування на рекламачії, вирішенням питань якості та наданням гарантії, що підтверджує високу якість продукції.

Післякризовий стан підприємства потребує постійного моніторингу та діагностики можливих загроз, комплексного аналізу розмірів збитків та збереження потенціалу шляхом аналізу техніко-організаційного рівня та умов виробництва, аналізу використання виробничих ресурсів, аналізу перспектив кризи у галузі, використання глобальних узагальнених показників ймовірності банкрутства, оцінки бізнесу та операційної діяльності [3]. Створена клієнтоорієнтована система управління підприємством формує відповідну основу для антикризової програми, розробки комплексу доцільних та відповідних дослідженим умовам антикризових заходів, та забезпечує сприятливі передумови для вдалого вирішення задач по виявленню, попередженню, подоланню кризи та привабливі умови для споживачів компанії.

### **Література:**

1. Чебашкина Г.А. Антикризисное управление и эффективное управление рисками предприятия в сфере предпринимательской деятельности в народной экономике России / Г.А. Чебашкина. Ю.А. Никонова // Интернет-журнал «Науковедение». – 2017. – Том 9. - №3. – С. 1-6.
2. Зверук Л.А. Антикризове управління підприємством в умовах інноваційного розвитку / Л.А. Зверук. Н.М. Давиденко // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». – 2017. - №1 (23).- 2 т. – С. 69-75.
3. Кушнір Н.Б. Особливості антикризового управління та економічної діагностики підприємства в сучасних умовах / Н.Б. Кушнір. Д.С. Войтович // Електронний журнал «Ефективна економіка». – 2016.