

УДК 658.8:338.121
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ «АНТИКРИЗИСНОГО МАРКЕТИНГА»
ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ
ПРЕДПРИЯТИЯ

А.А. ЛИЦКЕВИЧ

Научный руководитель М.В. КОРОТКОВ, канд. экон. наук, доц.
Учреждение образования
«БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»
Минск, Беларусь

Залогом выживаемости и основой стабильности предприятия служит его антикризисная устойчивость. Она отражает такое состояние финансовых ресурсов, при котором предприятие, свободно маневрируя денежными средствами и эффективно используя их, способно обеспечивать бесперебойный процесс производства, реализации продукции и услуг, а также затраты по его расширению и обновлению.

Цель восстановления антикризисной устойчивости – максимально быстро и радикально снизить неэффективные расходы. Несмотря на то, что неплатежеспособность предприятия может быть устранена в течение короткого периода времени за счет продажи убыточных активов, причины, генерирующие неплатежеспособность, могут оставаться неизменными, если не будет восстановлена финансовая устойчивость предприятия. Это позволит устранить угрозу банкротства не только в коротком, но и в относительно более продолжительном промежутке времени. Главными задачами на данном этапе являются: повышение конкурентоспособности продукции и увеличение оборачиваемости активов. Здесь в первую очередь необходимо обратить внимание на «антикризисный маркетинг». Цель «антикризисного маркетинга» – превратить потребности покупателя в доходы предприятия. Первым шагом является создание службы маркетинга, которая будет заниматься изучением спроса, каналов продаж и методов продвижения продукции, возможностей конкурентов, поиском покупателей продукции и налаживанием с ними долгосрочных связей. Следующим шагом будет унификация бизнес-процессов в области закупки сырья и материалов, производства и реализации готовой продукции, совершенствовании отношений с поставщиками и потребителями. Третьим шагом «антикризисного маркетинга» является создание комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций как внутри предприятия, так и за его пределами.

Таким образом, эффективно используемый «антикризисный маркетинг» позволит повысить финансовую устойчивость предприятия за счет формирования базы покупателей готовой продукции, формирования положительного имиджа предприятия и его товаров, контроля качества выпускаемой продукции, поиска наиболее выгодных поставщиков сырья, материалов и комплектующих.