

- *Кризис* — это крайнее обострение противоречий в социально-экономической системе (организации), угрожающее ее жизнестойкости в окружающей среде.



- *Антикризисное управление* — это совокупность методов, приемов, позволяющих распознавать кризисы, осуществлять их профилактику, преодолевать их негативные последствия, сглаживать течение кризиса.



# Использование средств маркетинга в антикризисном управлении

- Маркетинг представляет собой не только систему мониторинга и анализа рыночной среды, но и является системой управления.
- Конечно, это не приоритетная управленческая структура в организации, однако нужно отметить, что в зависимости от стадии антикризисного менеджмента, используются те или иные маркетинговые средства.
- В свете этого можно выделить 3 основных состояния:

предкризисное  
управление

кризисное

после кризисное

# Предкризисное управление.

- На этом этапе основными задачами маркетинга являются предотвращение кризисной ситуации и построение основных стратегических планов.



# Использование средств маркетинга в антикризисном управлении

- **Основными средствами управления являются:**
- 1) стратегии, направленные на предотвращение кризисов;
- 2) стратегические планы организации, бизнес-планы, составление рекламных кампаний;
- 3) формирование основных маркетинговых стратегий;
- 4) разработка программ стимулирования и мотивации труда;
- 5) диагностика состояния среды бизнеса и факторов риска;
- 6) разработка программы принятия решений.

Такие методы позволяют исследовать основные социально-экономические тенденции, получать опыт, который в дальнейших периодах обеспечивает более быстрое и эффективное реагирование на возникновение различных ситуаций на рынке и с помощью различных средств управления позволяет избегать негативных последствий.



# Использование средств маркетинга в антикризисном управлении

**Кризисное управление.** Основной целью является скорейший и как можно более безболезненный выход из кризиса...



**Послекризисное управление.** Акцент делается на реабилитации и стабилизации положения организации...

В антикризисном управлении важное место принадлежит такому средству маркетинга, как:

Маркетинговая  
коммуникация

Информация

Информация в настоящее время занимает передовые позиции в менеджменте, тем более в антикризисном, где так важна своевременная и точная оценка ситуации.

Поскольку сам маркетинг подразумевает под собой исследование рынка, понятно, что на первом месте стоит качество получаемой информации, так как на основе получаемых данных разрабатываются антикризисные стратегии и принимаются решения...



# МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

## Основные

- реклама
- стимулирование сбыта
- личные продажи
- директ-маркетинг

ориентированы  
на целевую  
аудиторию

## Поддерживающие

- паблик рилейшнз
- выставки и ярмарки
- спонсорство
- лицензирование

ориентированы  
на целевую  
общественность

## Дополнительные

- мерчендайзинг
- упаковка
- POS-материалы
- продакт-плейсмент

ориентированы  
на покупателей  
в местах продажи

# ЗАКЛЮЧЕНИЕ

- Антикризисное управление в широком смысле - это сохранение и укрепление конкурентного положения предприятия. Антикризисное управление в узком смысле - это предотвращение банкротства предприятия, восстановление его платежеспособности. Цель антикризисного управления - нейтрализация наиболее опасных явлений.
- Цель маркетинга в антикризисном управлении - обеспечить в первую очередь производство и продажу таких товаров, которые пользуются наибольшим и устойчивым спросом на рынке и приносят предприятию основную массу прибыли. Функции маркетинга заключаются в исследовании и формировании его средствами организационно-экономических условий осуществления воспроизводственных процессов, обеспечивая их непрерывность, снижение издержек и уровень эффективности, достаточный для развития организации.