

РОЗВИТОК МЕТОДИЧНИХ ЗАСАД АНТИКРИЗОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Торой Іллє, Косенко А.В.

Університет прикладних наук Савонія, м. Куопіо

Дослідження сутності поняття «криза», «санація», «реструктуризація», «антикризовий менеджмент» в наукових працях дозволяє констатувати, що існує два основних підходи до визначення поняття кризи і кризової ситуації на підприємстві. Згідно першого поняття кризи безпосередньо пов'язане з неплатежоспроможністю і банкрутством підприємства. Інші визначають кризу як будь-яку подію, що порушує рівновагу в системі – підприємстві. Об'єднавши ці два підходи, пропонуємо сформулювати поняття *кризи* як процес, що виникає в результаті загострення протиріч в системі, що виводить її із стану рівноваги і здатний привести до неможливості функціонування.

Найбільше поширення при проведенні процедури оздоровлення кризових підприємств знайшли комплексні поняття - «антикризовий менеджмент», «санація», «реструктуризація». На думку авторів, термін «*антикризовий менеджмент*» можна трактувати як організований на постійній основі менеджмент підприємства, що розглядає сукупність економічних відносин із приводу виявлення ознак кризового стану підприємства і його запобігання. Теоретичне дослідження дефініції «реструктуризація», дозволили авторам напрацювати своє бачення цього терміну, яке може бути зведене до наступного: *реструктуризація* - це процес взаємозв'язаних змін в структурі активів, пасивів і (або) функцій підприємства, направлений на подолання (запобігання) кризи в розвитку підприємства забезпечення його платоспроможності, стійкої довгострокової діяльності, реалізацію нових потенційних можливостей прибуткового зростання. Такий підхід до визначення терміну «реструктуризація» є більш точним, за рахунок включення в нього ряду важливих характеристик, які стосується всього підприємства в цілому, а не його окремих ланок.

Література:

- 1.Ткачова Н.П., Перерва П.Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства // Економіка розвитку– 2011. – № 4 (60). – С.116-120.
- 2.Гребченко А.И., Смолвик Р.Ф., Перерва П.Г. Основы маркетинга высоких технологий: Учебное пособие, Харьков: ХГПУ, 1999. - 242с.
- 3.Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена. - Ростов н/Д: Феникс, 2003. - 592 с.
- 4.Pererva P.G., Kocziszky G., Somosi Veres M., Kobieliava T.A. Compliance program: [tutorial] // ed.: P.G.Pererva, G.Kocziszky, M.Veres Somosi.– Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt», 2019.– 689 p.
- 5.Гочарова Н.П., Яковлев А.И., Перерва П.Г. Маркетинг инновационного процесса // Учебное пособие - К.: ВИРА-Р, 1998. - 267 с.
- 6.Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві // Навч.посібник для інж.-техн.вузів.- Харків : «Основа», 1993.- 288с.
- 7.Pererva P.G., Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.
- 8.Pererva P.G., Tkachev M.M., Kobieliava T.O. Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights // Науковий вісник Полісся. – 2016. – № 4 (8), ч. 2. – С. 240-246.