

Л.Д. Забродська, канд. екон. наук, доц. (*ХДУХТ, Харків*)
А.І. Симонова, магістрант (*ХДУХТ, Харків*)

КРИЗА ТЕХНОЛОГІЙ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Під кризовими технологіями антикризового управління в загальному плані розуміються технології створення й керування кризовими ситуаціями в інтересах певних соціальних суб'єктів. Формування технологій кризи-менеджменту базується на таких аксіомах:

1. Існує зв'язок ринкових відносин і конкурентної боротьби з необхідністю використання кризових технологій. Це об'єктивна закономірність ринкових відносин і конкуренції, що підсилюється в сучасних умовах, зокрема, в Україні. Бізнес, що приносить дохід, супроводжується конкуренцією. Тому що конкурентна боротьба – основа ринкової економіки. Тобто без роботи проти своїх конкурентів не обійдеться жодне підприємство в ринковій економіці. Такі об'єктивні закономірності ринку.

2. Сутністю й психологічним змістом кризових технологій є таємний примус людини. Як відзначає Г.Л. Афанасьєв у кризових технологіях немає нічого складного й таємничого. Тільки думка + вплив. І величезна кількість технологічних прийомів, що дозволяють створювати потрібну думку й потрібний вплив не виходячи за межі закону й не роблячи нічого такого, за що можна було б притягти до відповідальності. А точніше – вирішити основне завдання збільшення своїх прибутків або їхнього збереження від зазіхань із зовні.

3. Здійснення відкритої реклами використання таких специфічних технологій у придушенні конкурентів, що свідчить про зміни в суспільній психології відносно моральної допустимості використання засобів і методів таємної боротьби й схованого примуса людей в економічній конкуренції, а також свідчить про активізацію формування ринку послуг у цій специфічній області.

Таким чином, сформульовані вище тези підтверджують, що феномен маніпулювання суспільною свідомістю в умовах ринкових відносин і конкурентної боротьби в Україні не лише є цілком реально існуючим феноменом соціальної взаємодії, але й має тенденцію до розширення сфери використання в українському суспільстві.

Таким чином, під кризовими технологіями розуміються технології створення й керування кризовими ситуаціями в інтересах певних соціальних суб'єктів.

Грунтуючись на аналізі робіт Г.Л. Афанасьєва й результатів деяких інших досліджень у цій області (А.Д. Єрохин, С.З. Павленко та ін.), що розглядають різні аспекти кризових технологій, визначаючи їх як керування конфліктами й т.п., можна виокремити основні складові компоненти.

– збір інформації. При зборі інформації шукаються слабкі місця, які треба ліквідувати. Визначаються сильні сторони, яких треба уникати (або на які можна опертися). Визначаються ділові, особисті та інші зв'язки діючих осіб. Визначаються особисті інтереси діючих осіб, знімаються психологічні характеристики й прогнозується поведіння в різних ситуаціях. Визначаються канали одержання інформації, цільових аудиторій і т.п.;

– реінжиніринг. Його мета – підвищити ефективність роботи фірми. Реінжиніринг часто застосовується окремо, поза всяким зв'язком з кризи-технологіями, але, коли реінжиніринг ув'язується з кризовими програмами, управлінські схеми перевіряються на "кризову стійкість", і в них вносяться відповідні корективи, тобто забезпечується безпека організації;

– створення думок в цільових аудиторіях. В кожній із цільових аудиторій створюється запланована думка. Істотною відмінністю кризових способів створення думки від рекламно-піаровських є те, що в рекламі й PR основний інструмент створення суспільної думки – засоби масової інформації. Арсенал кризи-технологій багатший, тому що використовуються різні "канали доставки інформації". Це можуть бути як ті ж ЗМІ, так й внутрішньофірмові службові записки, листи, телефонні дзвінки та ін.;

– "принцип підстрахування заходів", який використовується для створення думки кількома каналами доставки інформації;

– забезпечення прийняття потрібних рішень – лобювання. За допомогою кризис-технологій можна вирішити практично будь-яку соціально-економічну, політичну, фінансову, організаційну та інші завдання, але лише при наявності трьох ресурсів і двох граничних умов: ресурс перший – достатній час на рішення завдання; ресурс другий – достатній обсяг повноважень кризисників щодо вибору методів розв'язання завдання; ресурс третій – достатні фінанси для розв'язання завдання; перша гранична умова – жоден з ресурсів не повинен дорівнювати нулю; друга гранична умова – недолік одного ресурсу заповнюється збільшенням двох інших; недолік двох ресурсів – збільшенням ресурсів, що залишилися.