

*Волонцевич Е. Ф.  
БГЭУ (Минск)*

## **КРИЗИС КАК ЭЛЕМЕНТ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ФИРМЫ**

Фирма как объект изучения менеджмента представляет собой открытую динамичную систему, которая развивается, изменяется во времени и имеет свой жизненный цикл. Существует несколько концептуальных взглядов на закономерности этого развития. Так, биологическая теория описывает генезис организации соответственно с периодами человеческой жизни. Выделяют 8 стадий, каждая из которых характеризуется рядом изменяемых параметров, что связано с желанием обеспечить конкурентоспособность. Хотя эта концепция и учитывает состояние внешнего окружения, но отличается большой биологичностью и не предусматривает возможность кризисов при неминуемости возрождения. Сторонники обязательного предотвращения кризисов хотят видеть жизненный цикл фирмы именно таким.

Наибольшее распространение получил маркетинговый подход к определению жизненного цикла фирм (по аналогии с жизненным циклом товара). Согласно этой теории фирма проходит в своем развитии ряд стадий (обычно выделяют возникновение, становление, развитие, зрелость, спад, реорганизацию или банкротство), на каждой из которых могут возникать кризисные ситуации. Их причины различны, однако почти все они лежат в области финансов.

В Республике Беларусь непропорционально высока доля предприятий на первых двух фазах (фактически новосозданные предприятия) и в фазе спада вплоть до предбанкротных состояний. Стабильно работающих предприятий в фазе зрелости почти нет. Возможность существования такого положения объясняется самим маркетинговым подходом. Жизненный цикл такой фирмы аналогичен нетрадиционным жизненным циклам товара.