

Помаз И. В.
БГЭУ ПК (Гомель)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МАРКЕТИНГА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Для повышения конкурентоспособности продукции и ее продвижения на мировые рынки предстоит провести сертификацию отечественных товаров, технологий производства по международным стандартам, поддерживать обоснованное соотношение цены и качества продукции, совершенствовать систему подготовки кадров.

Особенности национального маркетинга в определяющей степени связаны с решением проблем конверсии и диверсификации промышленных предприятий, что порождает соответствующие требования к специализации персонала. Эффективной оказалась специализация отделов маркетинга по территориально-региональному признаку.

Одной из основных проблем остается ценообразование. Многие из предприятий являются неплатежеспособными. Выход состоит в осуществлении компенсационных, бартерных сделок, товарных и потребительских кредитов, отсрочки и рассрочки платежей.

Проблема заключается в разработке четких научно обоснованных моделей торговых операций, чтобы выход из положения, найденный для конкретного предприятия на микроуровне не усугублял макроэкономический кризис государства.

Попков М. В.
БГЭУ (Минск)

ЭФФЕКТИВНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ – ОСНОВА УСПЕШНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Рост стоимости предприятия определяется эффективностью его менеджмента. Однако если одновременно с укрупнением не происходит качественного развития системы управления предприятием, оно теряет управляемость и вместо роста капитала может принести убытки.

Столкнувшись с первыми симптомами потери управляемости и не осознавая принципиальную новизну проблемы, менеджмент чаще всего пытается искать решение испытанными методами, не выходя за рамки существующей системы управления, сформированной до начала роста.

Продолжительность поисков внутренних резервов повышения эффективности управления зависит от накопленных ранее финансовых ресурсов и компетентности высшего руководства. После того как один из этих факторов перестает действовать, начинается новый этап поисков эффективного управления. Он предполагает использование внешних кон-

сультантов либо привлечение в свой штат профессионала в области менеджмента.

Убыточное предприятие не может оплачивать услуги дорогих консультантов на протяжении длительного времени. За тот короткий срок, в течение которого на компанию готовы поработать дорогостоящие консультанты, осуществить революцию в менеджменте невозможно. В лучшем случае клиент расстается с консультантом, так и не поняв, получил ли он от проекта какую-то пользу.

Главная опасность при найме некоторых дорогих консультантов таит в себе именно их высокая компетентность. Компетентный, но не слишком этичный консультант умеет создать правильный антураж вокруг своей персоны и может стать для высшего руководства непререкаемым авторитетом. Если этот авторитет используется во благо компании, то такая постанова может быть очень даже полезной. Но в некоторых случаях приглашенного консультанта бизнес предприятия может интересовать в весьма малой степени. Квалифицированный, но не слишком добросовестный консультант способен четко определить платежеспособность своего клиента и грамотно предложить ему сложные технические решения, воспользоваться которыми клиент без его помощи уже не сможет.

Консультирование, не принесшее результатов, часто воспринимается руководством как признание неспособности действующей "команды" не только к решению поставленных перед ней задач, но и к внедрению рекомендаций внешних консультантов. В процессе поисков эффективного управления начинают приглашать новых управленцев.

Чтобы избежать появления на предприятии неквалифицированных менеджеров, потенциальных сотрудников необходимо попросить максимально конкретизировать свои предложения. При этом никакие ссылки на коммерческую тайну, не позволяющую раскрывать методы консультирования, в расчет приниматься не должны. Сотрудник должен суметь коротко и ясно объяснить, каким образом он планирует достичь требуемого результата, и обосновать предлагаемые решения.

Если потеря управляемости организацией вовремя осознается руководством и оно подводит под увеличение масштабов бизнеса серьезную базу, проблемы могут быть успешно решены. А рост, вследствие правильных действий руководства, приобретает необходимую устойчивость. По мере того как рынки развиваются, действующие на них компании приобретают навыки эффективного менеджмента, а худшие из них в результате конкуренции выходят из игры. Важно правильно выбрать направление применения усилий по своевременному совершенствованию методов управления организацией.