

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Спецификой белорусских предприятий, пытающихся разрабатывать и использовать стратегические подходы в деятельности предприятий, был и остается в большинстве случаев недостаток опыта, а соответственно и навыков управления в условиях реально действующих рыночных отношений. Следствием этого является, с одной стороны, непонимание важности философии бизнеса для успеха деятельности предприятия, а с другой - представление о том, что условия, в которые поставлены белорусские предприятия, являются чем-то исключительным, что является вполне естественным. Ситуация, когда наиболее эффективные в экономическом смысле предприятия работают себе в убыток, а менее производительные процветают, объясняется порой только тем, что «среда обитания» каждой из них сугубо индивидуальна и зависит прежде всего от умелого «позиционирования» предприятия по отношению к властям, и только с очень большими допущениями может быть названа рыночной.

Опыт многих предприятий, как в России, так и в Белоруссии, показывает, что и в этих условиях можно и нужно выстраивать свою стратегию, анализировать и прогнозировать шаги конкурентов, используя инструменты стратегического управления.

Процесс классического стратегического планирования претерпевает определенные изменения, связанные с турбулентностью внешней среды в условиях динамизации рынков, означающих качественный скачок в развитии рыночной ситуации. Конкурентные преимущества, являющиеся основой для разработки базовой стратегии развития предприятия, постоянно претерпевают изменения, в целях удержания лидирующих позиций на рынке. Упор должен делаться на гибкости, умении быстро реагировать на новую ситуацию и находить неожиданные решения в ответ на действия конкурентов.

С.В.Михолап

Белорусская государственная политехническая академия (Минск)

УЧАСТИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ

РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В МЕЖДУНАРОДНЫХ ВЫСТАВКАХ

Многие западные фирмы видят в выставках и ярмарках важный инструмент маркетинга, позволяющий им успешно решать существующие проблемы, обусловлен-