

и зарубежной рекламы; популяризацию оптимальных моделей рекламно-информационной деятельности с целью повышения ее эффективности, рационального разделения труда и кооперирования; обеспечение фундаментальных разработок общетеоретических и методологических проблем организации и управления рекламой во внешнеэкономической деятельности; выработку рекомендаций по освоению отечественной промышленностью выпуска изделий, представляющих собой технические и технологические достижения, перспективные для рекламы.

Создание исследовательских организаций с компьютеризированной базой данных об отрасли, отраслевых рекламно-информационных центрах.

А.А. Тозик, О.А. Гапоненко, М.Н. Герман

Белорусская государственная политехническая академия (Минск)

АНАЛИЗ, КАК ФУНКЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ФИРМОЙ

Переход от внутрифирменного планирования к стратегическому в странах с рыночной экономикой вызван ускорением темпов научно-технического и социально-экономического развития, усилением элементов неопределённости и непредсказуемости во внешних отношениях.

В этой связи возросла роль анализа, как инструмента дающего базу для принятия стратегических решений. Появление новых методов анализа является важным источником повышения конкурентоспособности фирмы, помогая ей в рамках неопределённости чётко выработать основные направления деятельности.

Стратегический анализ требует понимания со стороны руководства того, на какой стадии развития находится предприятие. Для этого необходима эффективная информационная система, обеспечивающая данными для анализа прошлых, настоящих и будущих ситуаций. Хорошо проведенная диагностика сильных и слабых сторон деятельности предприятия даёт реальную оценку его ресурсов и возможностей, а также является отправной точкой разработки стратегии.

В современных условиях развития рыночной экономики РБ лишь некоторые предприятия придерживаются определённой организационно-экономической стратегии своего развития. В силу несовершенства законодательства и непредсказуемости рынка к выбору стратегии необходимо подойти очень осторожно. Выбираемая стратегия должна быть гибкой по отношению к внешним условиям.