

инговой стратегии, но и в процессе ее реализации.

Документом, позволяющим инвестору увидеть основные достоинства инвестируемого предприятия (производства), является его бизнес-план. На многих предприятиях Республики Беларусь его маркетинговая часть далека от совершенства, что подчеркивает необходимость рассмотрения разного рода “технических” проблем в этом направлении наряду с теоретическими.

<http://edoc.bseu.by>

И. Ю. Булавко
*Белорусский государственный
экономический университет*

НЕОБХОДИМОСТЬ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ НА НАЧАЛЬНОЙ СТАДИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

На конкурентном рынке субъекты малого предпринимательства подвержены жесткому “естественному отбору”. Согласно официальной статистике в Западной Европе 50 % малых предприятий, а в США — 80 % просуществовав 5 лет приходят к банкротству. Этот период в жизненном цикле предприятия условно называют фазой начала деятельности.

Если руководителю удалось сохранить предприятие в течение этого времени и предприятие достигло два раза подряд порогового уровня рентабельности, то можно предположить, что предприятие имеет все шансы существовать и дальше.

Однако в реальной жизни нельзя ограничиться фактором времени и критерием порогового уровня рентабельности. Для усиления жизнеспособности предприятия управляющий должен обладать стратегическим мышлением, которое приобретает с опытом и требует необходимых шагов.

Управляющий, формируя у себя стратегическое мышление, должен обладать способностью понимать и чувствовать взаимосвязь и взаимозависимость между внешней средой и организацией, между финансовыми ресурсами, которыми он располагает и деятельностью, которую он осуществляет.

Выживание и успешное функционирование предприятия в значительной степени зависит от имеющихся финансовых ресурсов. Поэтому на начальной стадии деятельности трудность управляющего состоит в рациональном распределении средств в зависимости от нужд и целей предприятия.

Не менее важной задачей управляющего является умение приспособить управление деятельностью предприятия к максимальному удовлет-

ворению запросов потребителей, используя профессиональные знания, производственный опыт, секреты технологии. Более того управляющий должен обладать способностью предвидеть возможности неопределенностей маркетинговой среды и результатов превентивных управленческих решений.

Управляющий несет ответственность за выбор направления деятельности и способов удовлетворения потребностей клиентов, которые определяют имидж предприятия.

Организационная структура на этом этапе деятельности предприятия соответствует идее управляющего и характеризуется сосредоточением решений и распространением информации только на уровне руководителя, а организационная культура несет определенный отпечаток стиля руководителя.

Неадекватность принимаемых решений информационной совокупности, конкуренция, психологическая неустойчивость, нехватка времени в конечном итоге нарушают функционирование всей системы и приводят к банкротству предприятия.

<http://edoc.bseu.by>

В. И. Буць

Белорусская сельскохозяйственная академия

РАСЧЕТ ЧИСЛЕННОСТИ АППАРАТА УПРАВЛЕНИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Существование рыночных элементов хозяйствования предъявляет новые требования к управлению сельскохозяйственными предприятиями. Требуется усовершенствование существующих методик расчета штатной численности управленческого персонала в связи с изменившимися экономическими условиями. В основу разработанной методики положен традиционный ресурсный подход и использование экономико-математических методов.

Первым этапом является формирование производственной функции. В качестве факторов взяты составляющие ресурсного потенциала. Результат производственной деятельности — денежная выручка в расчете на балло-гектар сельскохозяйственных угодий.

Второй этап заключается в выделении отдельных групп сельскохозяйственных предприятий. Согласно исследованиям, эффективность управления проявляется в зависимости от обеспеченности сельскохозяйственного предприятия материальными ресурсами и степенью его адаптации к рыночным условиям хозяйствования.

По данным критериям можно выделить группы предприятий:

1. Сельскохозяйственные предприятия с площадью земельных угодий