

Общие принципы стратегии развития российских предприятий в 90-х годах

- Создание корпоративного духа, гордости за свою фирму
- Изменение структуры организации
- Человеческий фактор
- Расширение производства
- Ценообразование
- Система сбыта
- Поиск новых клиентов
- Увеличение объёма продаж
- Максимально загруженное производство
- Раскрутка, имидж, реклама