

другие. Такие перемены характеризуют двойственный характер в поведении человека: в первую очередь, оно обусловлено стремлением к повышению уровня и качества жизни, а, во-вторых, необходимостью в обеспечении средств для удовлетворения своих потребностей, в-третьих, пониманием важности человеческого фактора в общественном производстве, позволяющего считать кадры наиболее ценным видом капитала.

Следует отметить и эволюцию носителя труда – человека, поскольку развитие общества обуславливает изменение форм и методов вовлечения труда в процесс создания материальных благ. Трансформация ориентирована в сторону придания социального аспекта трудовым отношениям в области объекта и направлений управленческого воздействия. Этому предшествовало историческая смена различных экономических концепций.

Эволюция труда в отношении форм и методов его вовлечения в производство материальных благ и непосредственно роли и места самого человека, а, отсюда, в целом содержания управления трудом в сторону придания ему социального аспекта, потребовало разработки иной концепции в области регулирования трудовых отношений. Это нашло отражение в теории человеческого капитала.

Матвеев Д.Г.
БНТУ (Минск)

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ

Стратегическое управление маркетингом играет ведущую роль в управлении организацией не благодаря «моде» или «современным технологиям управления». Глубинной причиной для понимания приоритетного значения маркетинга является идея о рыночном главенстве потребностей потребителя как основного двигателя всей производственно-хозяйственной системы.

Для принятия обоснованного решения необходима полная и достоверная информация, как внутренняя, так и внешняя (конъюнктурная). По замечанию специалистов стратегического управления «правильно принятое решение – это 80% информации, 10% вдохновения и 10% интуиции менеджера».

Второй важной составляющей успешного решения является используемая методика. Главный критерий оценки качества решения – соотношение «эффект-затраты». Под эффектом понимается точность и обоснованность решения, а под затратами – расход времени, денег и прочих ресурсов на получение этого решения. Очевидно, что недостаток и плохая структурированность информации в сочетании с высокой степенью неопределённости и риска делают принятие более или менее эффективного решения соответственно «более или менее» дорогим.

Для принятия своевременных, точных и обоснованных решений на предприятии должен быть налажен постоянный учёт как внутренней, так и внешней информации.

Во-вторых, обработка больших массивов данных должна проводиться с использованием доступных методик, реализованных на ЭВМ.

В-третьих, современный менеджер или маркетолог обязан уметь не только использовать готовый программный продукт, но и быть способным принимать решения и без специального программного обеспечения.

Последнее условие может быть достигнуто в случае использовании классических методов поддержки принятия управленческих решений.

Мацкевич О.Л.
БГЭУ (Минск)

РИСК И СТРАТЕГИЯ БИЗНЕСА

Управление рисками повышает вероятность устойчивости бизнеса. В трансформационной экономической системе наличие рисков факторов является объективной реальностью. Следует выделить несколько вариантов стратегии бизнеса, связанных с принятием решения в условиях повышенной неопределенности.

1. Избегание риска. Стратегия не представляется оптимальной в долгосрочном периоде. Фактически это предполагает стагнацию бизнеса из-за опасений в случае неблагоприятных последствий понести потери. Неопределенность внешних и внутренних факторов может привести к значительным потерям.

2. Принятие риска. Эта стратегия предполагает, что пока убытки от последствий наступивших рисков не приведут к невосполнимым потерям, предприниматель занимается бизнесом. Данный вариант также не представляется оптимальным, ввиду того, что вероятный конечный результат - отрицательная прибыль, не соответствует цели бизнеса. Стратегия принятия риска используется бизнесменами наиболее часто. Оценка риска и корректировка ранее принятых решений позволяет минимизировать потери.

3. Управление риском – выявление и оценка его, а также разработка и внедрение мер по его минимизации. По мере приближения к цивилизованному риску, именно этот вариант стратегии бизнеса должен стать определяющим. Использование данного направления затруднено, ввиду отсутствия информационной инфраструктуры, низкой культуры бизнеса, неразвитой системы договорных отношений, страхового дела, системного анализа, развитого маркетинга и другие.