

<http://edoc.bseu.by>

*Харкевич А. М.
БТЭУ (Гомель)*

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ В МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Если конечный продукт стратегического управления - стратегия предприятия и необходимый для ее реализации потенциал, то конечный продукт стратегического анализа - формирование альтернатив стратегического развития. Эти альтернативы отражают выбранные цели, понимание внешней среды, оценку собственных ресурсов, сильных и слабых сторон предприятия. На этапе выявления целей предприятия выясняются интересы и критерии оценки всех заинтересованных групп, от поведения которых зависят результаты деятельности предприятия. Стратегический анализ дает ясное представление о вероятном будущем внешнего окружения и предприятия, уменьшает неопределенность относительно доступных альтернатив.

Большинство предприятий Республики Беларусь осознали необходимость использования маркетинга при стратегическом управлении. Поэтому практически у всех существуют соответствующие службы, которые в той или иной степени выполняют маркетинговые функции.

Система показателей эффективности управления для разных предприятий существенно отличается и зависит от особенностей объекта управления и динамики его развития; потребностей и интересов различных субъектов рынка, обуславливающих критерии, на основе которых они оценивают свою деятельность и деятельность других участников рынка; возможности измерить соотношение затрат и результатов в тех или иных видах деятельности; специфики исследовательской ситуации.

Когда имеется обоснованная стратегическая перспектива и предприятие активно ее реализует, фундаментальная стратегическая перестройка блокируется инертностью корпоративной культуры. Это происходит на большинстве предприятий, где новые технологии и организация производства вступили в противоречие с существующими ценностями и убеждениями работников.

*Хотина С. К.
БГЭУ (Минск)*

УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ФИНАНСОВО-БАНКОВСКОЙ СФЕРЫ

Управление рисками – один из специальных видов менеджерской деятельности, направленный на смягчение воздействия рисков на