

- методика оценки производственного риска в аграрном секторе экономики, основанная на многовариантном расчете статистических показателей риска. В отличие от существующих подходов, методика расширена за счет включения совокупности аналитических операций и ориентирована, главным образом, на сельскохозяйственные предприятия. Ее использование позволяет:

- оценить уровень риска в нескольких разрезах (межрегиональном и внутрирегиональном), а также установить степень влияния наиболее важных факторов риска на основе его статической и динамической оценки;

- оценить в стоимостном выражении ущерб (упущенную выгоду) товаропроизводителей.

©БГЭУ

ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ ОАО «МИНСКПРОЕКТМЕБЕЛЬ»

М.В. БУКАТАЯ, С.В. РАЗУМОВА

The article focuses on the strategic development of small furniture enterprises. The author examines the current strategies of market players, indicating the development of competitive advantage. Based on this study, the author makes recommendations on strategic planning for small furniture factories

Ключевые слова: маркетинговая стратегия, конкурентная стратегия, конкурентное преимущество, сегментация, позиционирование

ОАО «Минскпроектмебель» является одним из старейших предприятий Беларуси по производству корпусной мебели и входит в состав концерна «Беллесбумпром». Для определения вектора развития предприятия, оценки его конкурентного потенциала был проведен анализ внутренней и внешней среды. К лидерам рынка относится ЗАО «Пинскдрев», реализующее стратегию удержания рыночных позиций и имеющее за счет высокой по сравнению с другими предприятиями доли в общем объеме производства мебели концерном максимальные конкурентные преимущества. К «твердо стоящим на ногах» - ОАО «Гомельдрев», ОАО «Минскпроектмебель» и ЗАО «Бобруйскмебель», придерживающиеся стратегии сохранения рыночной доли с наиболее приемлемым для этого уровнем рыночной активности. Третья категория, «выживающие», это ОАО «Слониммебель» и ОАО «Ивацевичидрев». Они имеют нулевую рыночную активность и находятся в состоянии стагнации. Не смотря на наличие явного лидера), рынок мебели Беларуси далек от монополизации и является умеренно концентрированным, благодаря чему возможна здоровая конкуренция между небольшими предприятиями. Положение ОАО «Минскпроектмебель» на мебельном рынке Беларуси можно охарактеризовать следующим образом:

- существует проблема недопозиционирования марки: у потребителей нет представления о торговой марке, марка слабо узнаваема;

- не обеспеченность дистрибуции проявляется в том, что продукция представлена в немногих торговых точках, в тоже время они не являются наиболее популярными среди потребителей;

- слабая комплексная маркетинговая поддержка торговой марки. Отсутствие маркетинговой активности и маркетинга как такового – основной источник всех проблем.

По итогам проведенных исследований вынесены следующие предложения по стратегическому планированию. Генеральной стратегической целью ОАО «Минскпроектмебель» должно стать вхождение в число лидеров рынка и завоевание рыночной доли в 5 %. Корпоративная стратегия заключается в следующем: завоевание лидирующих позиций на рынке за счет достижения высокого качества продукции, расширения ассортимента, развития сбытовой сети, грамотного позиционирования и создания сильного бренда. Для достижения генеральной цели нужно снизить себестоимости продукции, обеспечить расширение ассортимента путем его обновления, расширить сбытовую сеть через привлечение десяти новых дилеров, повысить привлекательность предлагаемой продукции через повышение качества мебели и достижение уровня известности торговой марки 50 %, создать положительный имидж компании, достигнув индекса лояльности в 70 %, повысить имидж компании как привлекательного работодателя через внедрение социального пакета и мотивационной программы.

©ПолесГУ

УПРАВЛЕНИЕ КРЕДИТНЫМ РИСКОМ В БАНКЕ

А.В. БЫЛЬ, С.В. СПЛОШНОВ

The development of bank lending activities and formation of complex credit products lead to the fact that banks are increasingly facing credit risk, which is becoming more large-scale and leads to the increasing number of loss bearing credit institutions. The importance and necessity of credit risk management for credit organizations and the ways of improving credit risk management in Belagroprombank are considered in the article

Ключевые слова: кредитный риск, управление кредитным риском, кредитный портфель