

Таблица 1 – Шкала Харрингтона

Интервал оценки	Содержание описания оценки	Числовое значение	Средняя числовая оценка
1	Очень высокая	0,80 – 1,00	0,90
2	Высокая	0,63 – 0,80	0,71
3	Средняя	0,37 – 0,63	0,50
4	Низкая	0,20 – 0,37	0,28
5	Очень низкая	0,00 – 0,20	0,01

Источник: составлено автором на основе [4].

При оценке угроз безопасности необходимо использовать два критерия: величина последствий от проявления угрозы и вероятность проявления угрозы. В результате можно получить экспертные оценки: уровня угрозы; значимости (рейтинг) выявленных угроз; значения показателей состояния безопасности.

Для получения интегральной оценки объекта используется упрощенная аддитивно-мультипликативной функция:

$$R = f(x, w) = \sum_{s=1}^n (x_{si} w_i) / n \quad (1)$$

где x_{si} – оценка s -го субъекта по i -му критерию; w_i – вес i -го критерия; k – число критериев; n – число субъектов.

Веса критериев также определяется с помощью экспертной оценки. Сумма весов по всем критериям равна единице.

Этап 4. После проведенного анализа можно выявить наиболее «опасные» элементы в деятельности, угрожающие экономической безопасности, получить предварительную информацию для разработки мероприятий по предотвращению отрицательного воздействия выявленных угроз.

Этап 5. Данный этап предполагает непосредственное исполнение мероприятий предложенных на 4-м этапе, т.е. включает практическую реализацию разработанной стратегии.

Таким образом, автором представлен целостный механизм разработки стратегии экономической безопасности организации, которого до недавнего времени не существовало.

Приведенный выше алгоритм разработки стратегии экономической безопасности организации был апробирован нами на примере крупной нефтеперерабатывающей организации г. Новополюска – ОАО «Нафтан». В результате проведенного исследования нами был оценен уровень экономической безопасности ОАО «Нафтан», выявлено влияние факторов внешней и внутренней среды, определены основные угрозы деятельности организации, а также на основе проведенных исследований сформирована стратегия экономической безопасности ОАО «Нафтан».

Таким образом, предложенные нами основные направления стратегии экономической безопасности организации отражают теоретическую сущность экономической безопасности организации и его способность к эффективному функционированию сегодня и успешному развитию в будущем. Данные исследования имеют практическую пользу и могут применяться при разработке стратегии экономической безопасности организаций и предприятий любой сферы деятельности и формы собственности.

Литература

1. Петров, А.Н. Стратегический менеджмент: учеб. / А.Н. Петрова. – Изд: Питер, 2005- 495с.
2. Попов, С.А. Стратегическое управление: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 4 / С.А. Попов. – М.: «ИНФРА-М», 1999. — 344 с.
3. Бараненко, С.П. Стратегический менеджмент: учеб. пособие / С.П. Бараненко, М.Н. Дудин, Н.В. Лясников. – М.: Центр-полиграф, 2010. – 319с.
4. Системный анализ и проектирование [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://victor-safronov.narod.ru/systems-analysis/lectures/zhivickaya/26.html> - Дата доступа: 06.04.2013.

©БГСХА

ИССЛЕДОВАНИЕ КОММУНИКАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ НА ПРИМЕРЕ ГОРЕЦКОГО РАЙПО

В.С. РЯБЧЕНКО, П.Б. ЛЮБЕЦКИЙ

The effectiveness retailers marketing communications were measured by marketing research. Statistical analysis collected information allowed to establish factors that should be used to enhance sales.

Ключевые слова: маркетинговые коммуникации, стимулирование сбыта, розничная торговля, маркетинговое исследование

На сегодняшний день мероприятия, стимулирующие сбыт товаров, широко распространены в розничной торговой сети. Вместе с тем, планирование стимулирующих сбыт мероприятий во многих

случаях осуществляется без тщательного анализа ситуации на рынке, требований и запросов потребителей, их покупательной способности и мотивов, сроков информирования и реакции покупателей и других важных параметров этого вида коммуникаций. Маркетинговые исследования эффективности коммуникаций позволят минимизировать затраты на их осуществление и максимизировать эффект от их восприятия.

Стимулирование сбыта – это краткосрочные меры, которые организация предпринимает для увеличения объемов продаж, завоевания имиджа. Среди основных инструментов комплекса маркетинговых коммуникаций стимулирование сбыта действует убедительнее и эффект от проведения такого рода мероприятий проявляется очень быстро [1]. Не смотря на то, что проведение мероприятий по стимулированию сбыта весьма затратная мера, эффект от ее проведения появляется почти сразу.

В научной работе было проведено исследование рыночной ситуации в розничной торговле и оценены факторы коммуникационной политики, влияющие на эффективность работы магазинов Горецкого райпо. Отрасль розничной торговли в Республике Беларусь в целом является рентабельной. Она обеспечивает население республики продовольственными и непродовольственными товарами. С 2012 по 2006 гг. цены увеличились примерно в 6,7 раза. Ситуацию на рынке характеризует устойчивый рост количества магазинов. Объемы продаж основных продовольственных товаров и их потребления отличаются на величину объемов потребления продуктов питания собственного производства, а также косвенного и прямого импорта продуктов питания в страну. Коммуникационная политика предприятий розничной торговли в основном представлена рекламой в местах продаж. Однако необходимо разнообразить коммуникации и повышать их эффективность. Исследование коммуникационной политики Горецкого райпо обозначило основные направления и помогло сформулировать предложения по повышению конкурентоспособности розничных торговых точек Горецкого райпо. Для дисперсионного анализа и группировок нами были выбраны в качестве зависимой переменной наличие покупателей в торговой точке в среднем за день, в качестве независимой – привлекательность вывески, измеренная по количественной шкале. С помощью данных видов анализа выявлено, что статистически значимые связи между переменными отсутствуют. Анализ использования средств коммуникационной политики розничной торговой точки показал необходимость более интенсивного использования всего арсенала маркетинговой составляющей бизнеса. Исследование показало в целом низкую эффективность применения мероприятий стимулирования сбыта в магазинах исследуемой организации. Товарные позиции, размер скидок, период проведения акции и информирование потребителей о проведении акций далеко не всегда обоснованы и организованы. Вместе с тем, нельзя однозначно утверждать, что проведенные Горецким райпо мероприятия неэффективны или малоэффективны, так как общий товарооборот магазинов, в которых проводились акции в большинстве анализируемых периодов превышал уровень товарооборота данного периода в предыдущие годы.

©МИУ

О НЕКОТОРЫХ АСПЕКТАХ УПРАВЛЕНИЯ ВАЛЮТНЫМ РИСКОМ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ

В.Л. САВИЧ, М.К. ВОРОБЬЕВ

In this article management methods are investigated by a currency risk in a commercial bank, main problems are certain on a management by a currency risk, the location and value of stress testing are determined in control system by a currency risk, the scenarios of realization of stress-testing are certain, his categories are distinguished, given to recommendation on the improvement of management by a currency risk

Ключевые слова: VaR, норматив ОВП, текущий валютный риск, анализ чувствительности.

Руководство любого коммерческого банка в процессе его деятельности ежедневно принимает решения с целью найти оптимальное соотношение уровня риска и степени доходности и экономической целесообразности каждой банковской операции. Абсолютно все валютные операции сопряжены с определенным риском для коммерческого банка. Основные составляющие валютного риска: текущий валютный риск, риск девальвации, риск изменения системы валютного регулирования.

На практике первым шагом к управлению валютными рисками является установление лимитов на валютные операции. В свою очередь, Национальный банк Республики Беларусь устанавливает для уполномоченных банков норматив ОВП, а уполномоченные банки обязаны на конец каждого операционного дня производить оценку валютных позиций в белорусских рублях. Однако элементы регулирования деятельности коммерческих банков, используемые НБРБ, в большой степени ориентированы на обеспечение системной устойчивости банков и дополняют, но не заменяют полностью регулирование валютного риска, осуществляемое самим банком.