

Внедрение системы контроллинга — это командная работа. Команда проекта должна включать представителей всех основных функциональных подразделений и поддержку руководства компании. Только в этом случае можно достичь правильного понимания значения контроллинга всеми сотрудниками.

Контроллеры обеспечивают прозрачность результатов, финансов, процессов и стратегий, способствуя достижению более высокой эффективности; координируют подцели и подпланы, в рамках единого целого и организуют систему внутрифирменной отчетности; выстраивают процесс постановки целей, планирования и управления для ориентации сотрудников, принимающих решения, на цели компании; обеспечивают сбор необходимых данных и информации; создают и обслуживают контроллинговые системы.

Вакансии финансовых контроллеров на рынке труда, как правило, предлагают международные компании, работающие в Латвии. Эта управленческая система уже зарекомендовала себя как эффективная. Контроллинг — это развивающаяся система. На современном этапе развития общества, экономических и бизнес-процессов появляются и новые инструменты контроллинга, такие как система сбалансированных показателей *Balanced Scorecard*.

Контроллинг позволяет установить контроль над достижением как стратегических, так и оперативных целей предприятия, соответственно, в зависимости от целей, временных горизонтов и масштаба решаемых задач. Контроллинг может быть оперативным и стратегическим. Стратегический и оперативный контроллинг различаются используемыми моделями, но цели одинаковы — повышение качества принимаемых решений.

*Л.В. Русских, ассистент*

*БГЭУ (Минск)*

## ОСОБЕННОСТИ ИССЛЕДОВАНИЯ СПРОСА НА ЛЕСНЫЕ ТОВАРЫ

В условиях рыночной экономики планирование объемов и целевых параметров мероприятий по воспроизводству лесных ресурсов, их территориальное размещение необходимо осуществлять на основе величины и структуры спроса на лесные товары и необходимые для их производства древесные ресурсы. Особенности спроса на лесные товары обусловлены характером продукции — с одной стороны, и запросами потребителей — с другой. На рынке лесопродукции представлены следующие виды товаров: древесное сырье (различные сортаменты деловой древесины, дрова технологические и топливные, древесные отходы); продукция деревообработки (пиломатериалы обрезные и необрезные, фанера, древесностружечные и древесноволокнистые плиты различных видов, технологическая щепка); мебель; столярно-строительные изделия; тара и полуфабрикаты для ее производства; продукция шпалопиления; целлюлоза для производства бумаги и картона, древесная масса. Лесобумажная продукция имеет свои специфические особенности, к которым относятся следующие:

- большая часть лесоматериалов одновременно представляет собой товары индивидуального потребления и промышленного назначения, что требует применения различных подходов к управлению маркетинговой деятельностью предприятия;

• основные виды лесоматериалов являются взаимозаменяемыми товарами как внутри отрасли (бревна, пиломатериалы могут быть заменены в строительстве садовых домов формованным из отходов брусом, фанера, картон могут быть заменены пиломатериалами или плитами из древесной щепы и т.п.), так и за ее пределами (алюминий, пластмасса, стекло и т.д.), что усугубляет конкуренцию;

- при установлении цены на лесоматериалы большое влияние оказывает породно-размерный состав древесины, что требует тщательного отбора лесосечного фонда;
- возможность коммуникации лесоматериалов в значительной степени обусловлена стоимостью транспорта, что в свою очередь влияет на широту охвата различных сегментов рынка.

Основными потребителями древесного сырья являются предприятия и организации следующих отраслей: строительство, машиностроение, покупатели транспортной и другой тары, транспорт, полиграфическая промышленность, мебельная промышленность, целлюлозно-бумажная промышленность. Представленные группы потребителей относятся к рынку товаров промышленного назначения, который резко отличается от потребительского рынка своими характеристиками и стратегиями работы на нем. Этот рынок характеризуется:

- меньшим числом покупателей, чем потребительский рынок, использующий одну и ту же группу товаров;
- более взаимозависимыми взаимоотношениями между покупателями и продавцами лесоматериалов;
- неэластичным спросом на продукцию лесозаготовительного производства;
- зависимостью спроса на лесоматериалы от спроса на товары индивидуального потребления (как, например, спрос на пиломатериалы во многом определяется спросом на мебель и отделочные, в том числе облицовочные, работы).

Таким образом, исследование спроса на лесопroduкцию должно включать следующие блоки: исследование показателей общехозяйственной конъюнктуры всего рынка страны и лесного рынка в том числе; сбор информации о рынке лесоматериалов, включающем в себя потребителей, конкурентов и продавцов; изучение направлений развития лесохозяйственной отрасли, анализ собранной информации и установление закономерностей в поведенческих характеристиках рынка.

*А.И. Субботенко, ассистент*

*БГЭУ (Минск)*

## ВОЗМОЖНОСТИ ДИВЕРСИФИКАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА В САХАРНОЙ ОТРАСЛИ

В последние годы все большее внимание уделяется производству спирта из сахаросодержащего сырья и использованию его в качестве альтернативного горючего, так называемого, биоэтанола.

Биоэтанол, или этиловый спирт, — это жидкое спиртовое топливо, вырабатываемое из сельскохозяйственной продукции, содержащей крахмал или сахар (кукурузы, зерна, сахарной свеклы, сахарного тростника). В отличие от спирта, из которого производят алкогольные напитки, топливный этанол содержит метанол и сивушные масла, что делает его непригодным для пищевых целей.

Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.

Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.

Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by>