

является обеспечение агрегирования всех отдельных оценок различных видов риска в единый показатель совокупного рыночного риска банка.

Организационная составляющая системы управления рыночными рисками включает в себя прежде всего назначение менеджеров, ответственных за разработку, внедрение и мониторинг системы управления рыночными рисками, разработку инструкций и положений, регламентирующих управление рисками на уровне фронт-, мидл- и бэк-офисов, а также спецификацию используемых финансовых инструментов и создание независимой системы контроля за выполнением действующих нормативов и утвержденных процедур.

Во-вторых, необходимо определение основных целей и предпочтений, отвечающих приоритетам банка в терминах «риск-доход», а также определение основных понятий и технических терминов в утверждении методических и контрольных нормативов.

В-третьих, это выявление ключевых рисков и разработка системы процедур, которые должны использоваться в случае приближения риска к критическим показателям.

Сакович В.С., ИИ НАН Республики Беларусь (Минск)

РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ МАРКЕТИНГА В АГРОПРОМЫШЛЕННОМ КОМПЛЕКСЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Формирование эффективной системы маркетинга в агропромышленном комплексе Республики Беларусь должно базироваться на маркетинговых принципах и функциях субъектов хозяйствования, учитывающих различные их организационные формы и уровни управления. В связи с этим в аграрном секторе экономики страны необходимо создать следующие маркетинговые структуры: маркетинговые службы сельскохозяйственных, перерабатывающих, заготовительных и торговых предприятий; отделы маркетинга при районных управлениях, областных комитетах и Министерстве сельского хозяйства и продовольствия, в агропромышленных объединениях и ассоциациях.

Решением проблемы информационного обеспечения в системе маркетинга должны стать коммерческие консалтинговые центры, которые необходимо создать на всех уровнях управления агропромышленным комплексом. Они должны оказывать всем субъектам хозяйствования комплексные консультативные и маркетинговые услуги, включая проведения таких работ, как анализ рынков, потребителей, конкурентов, внутренней и внешней среды, планирование товародвижения и сервиса, формирование спроса и стимулирование продаж, разработку и реализацию маркетинговых программ. Маркетинг в аграрной сфере необходимо рассматривать как маркетинг продовольствия, использование которого должно обеспечить более полное удовлетворение нужд и потребностей населения Республики Беларусь в продовольственных товарах.

Салата Н.К., БГЭУ (Минск)

БЮДЖЕТИРОВАНИЕ В СИСТЕМЕ ОБЩЕГО МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Бюджетирование рассматривается как целостная система выбора тактических целей планирования на уровне предприятия в рамках принятой стратегии, разработки планов (смет затрат и доходов) будущих операций и контроля исполнения этих планов, т.е., по сути, как система внутреннего финансового управления. Основная задача бюджетир-

рования заключается в повышении эффективности работы предприятия на основании целевой ориентации и координации всех событий, охватывающих изменение хозяйственных средств и их источников, выявлении рисков и снижении их уровня, а также повышении гибкости в функционировании экономического субъекта. Формирование бюджета предприятия является основным инструментом краткосрочного финансового планирования, определяющим источники и направления использования денежных средств. При этом бюджет, являясь методом регулирования экономики предприятия, позволяет не только управлять финансами, но и гармонизировать отношения как внутри хозяйствующего субъекта, так и с внешней средой.

Однако внедрение системы бюджетирования финансово-хозяйственной деятельности промышленных предприятий связано с рядом проблем:

- отсутствием единообразия в методологии и методике комплексного финансового планирования, учета и анализа экономических показателей;
- разнообразием методических подходов к составлению прогнозного бухгалтерского баланса, выступающего индикатором перспектив финансового состояния экономического субъекта;
- наличием специфических особенностей при формировании бюджета предприятия в зависимости от его масштабов и направления деятельности.

Можно сформулировать следующие требования к организации бизнес-процесса бюджетирования:

- наличие на предприятии единого документа, регламентирующего бюджетный процесс;
- организация бюджетного комитета;
- установление жесткой финансовой дисциплины;
- выстраивание приоритетов в финансах;
- четкое разграничение полномочий и ответственности служб.

В конечном итоге эффективность процесса бюджетирования определяется эффективностью работы компании в целом. Учитывая важность процесса бюджетирования, целесообразно его организацию строить по так называемым «центрам ответственности», представляющим собой, по определению западных экономистов, «подразделения предприятия, менеджеры которых несут ответственность за управление определенными ресурсами предприятия». При этом внедрение и использование процедуры планирования помогает выявить и классифицировать многие проблемы компании, которым не уделялось должного внимания.

Самойленко Ю.Г., ЗАО «ИПМ - Консалт» (Минск)

РЕСТРУКТУРИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ

Реструктуризация как комплекс мероприятий, направленных на повышение эффективности деятельности предприятия, - это целенаправленный процесс качественных изменений. Реструктуризация, при условии ее последовательного осуществления, на основе заранее выработанной программы, оказывается одинаково полезной для любых предприятий, поскольку основывается в первую очередь на поиске и мобилизации внутренних ресурсов и включает изменение структуры основных фондов, задолженности, видов выпускаемой продукции, структуры издержек производства и обращения, системы управления предприятием.