

мощных идей из тривиальных, комбинирование и усиление идей с целью усиления и обновления их потенциала, это умение выбрать сильные идеи для их дальнейшего развития и придания неожиданного, уникального поворота. Обладание глубокими знаниями, отличной интуицией в бизнесе позволит добиться успеха, расширить его и избежать краха.

Человеку, творчески одаренному, присущ индивидуализм, так как ему нет нужды подстраиваться под других, и он знает, где свою индивидуальность можно использовать с наибольшей эффективностью.

Развитие известных компаний и их успех в бизнесе — это результат деятельности интеллектуальных индивидуалов. Такие компании воплощают в жизнь мечты и ценности своих лидеров и превращают знания в источник формирования стоимости благ и богатства.

Бучик И.Н., НИ РУП ЦНИИТУ (Брест)

СИСТЕМА ОПЕРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

В практике оценки уровня управляемости маркетинговой (УУМД) деятельностью предприятий внутренние факторы рассматриваются как совокупность показателей, оценивающих эффективность управляемости рассматриваемой системы, базирующихся на оценке основных параметров: организации маркетинговой деятельности; системы планирования и контроля; системы управления и развития персонала и др.

Основными показателями, характеризующими эффективность реализации оперативной системы управления, являются уровень управляемости - оценочный показатель развития заданной функции управления на определенный момент времени (t_0) и показатель устойчивости процессов управления, характеризующий величину изменения уровня управляемости за определенный промежуток времени ($t_1 - t_0$). Оценить рассматриваемые показатели можно с помощью диагностики процессов управления, на основе которой разрабатываются стратегическая программа и оперативная система действий предприятия.

Система оперативного управления позволяет своевременно выявлять отклонения траектории развития от заданного (запланированного) направления, отклонения скорости развития маркетинговой деятельности, оказывает влияние на стабилизацию процесса управления предприятием в целом.

Валаханович С.А., АУППРБ (Минск)

УПРАВЛЕНИЕ СОБСТВЕННЫМ ПОВЕДЕНИЕМ

Профессиональная сфера формирует свою приоритетную иерархию ценностей. По мнению менеджеров, успех зависит от следующих составляющих: правильность избранной профессии, компетентность, личностная презентация, уровень интеллекта, сформированная волевая сфера, установление прочных отношений, поиск новых возможностей, хорошее здоровье, сбалансированная эмоциональная сфера и др. Для того чтобы определить, какие установки мешают менеджеру продвижению к цели, и наметить индивидуальную программу коррекции, выделим наиболее активно проявляющиеся тенденции: высокий уровень внутренней противоречивости; эмоциональная

неустойчивость и конфликтность поведения; склонность к стрессу; высокий уровень тревожности в оценке своей деятельности; стремление все сделать самому; чувство вины перед семьей и др.

Используя комплекс обучающих психологических тренингов, можно помочь студентам приобрести умения, необходимые в работе менеджера. Для этого целесообразно организовать занятия в Школе молодого лидера. Подготовка участников предусматривает три ступени обучения, на каждой из которых формируется конкретная цель. Первая ступень - управление собственным поведением - является базовой. Цель данной ступени - приобрести умение эффективно использовать собственные ресурсы, оценить свои сильные и слабые стороны. Это предполагает такие формы занятий, которые позволяют приобрести навыки самопознания. Вторая ступень - эффективное взаимодействие в группе - ставит своей основной целью включить участников в процесс взаимодействия друг с другом. Третья ступень - конструктивное воздействие - ставит цель сформировать умение использовать резервные возможности членов группы.

В результате обучения в ШМЛ могут быть сформированы:

- аналитические способности, позволяющие вырабатывать долгосрочные и краткосрочные цели, выявлять существенно важные характеристики внешней среды, осознавать необходимость принципиальных изменений;

- социальные, которые заключаются в умении ориентировать людей на достижение поставленных целей, грамотно выстраивать эффективное взаимодействие в коллективе, координировать совместные усилия исполнителей, согласовывать индивидуальные, групповые и общеорганизационные интересы, формировать миссию (идеологию) организации;

- эмоционально-психологические, заключающиеся в способности продуктивно работать в стрессовых ситуациях, психологически быстро перестраиваться применительно к новой обстановке, переносить регулярные эмоциональные перегрузки, иметь смелость идти на оправданный риск.

Валевич Р.П., БГЭУ (Минск)

ПОЛИТИКА РАЗВИТИЯ РЫНКА ТОРГОВЫХ УСЛУГ

Разгосударствление и приватизация, проведенные в торговой отрасли в рамках малой приватизации, позволили изменить конкурентную среду на рынке торговых услуг, где получили развитие четыре силы конкуренции: организованная торговая сеть, торговля на вещевых и продовольственных рынках, фирменная и электронная торговля. Конкуренция, сложившаяся на рынке торговых услуг, способствовала достижению более высоких по сравнению с Программой социально-экономического развития Республики Беларусь на 2000-2005 гг. темпов роста товарооборота. Прирост объема розничного товарооборота в 2003 г. по сравнению с 2002 г. составил 9,9 % при прогнозных параметрах 7,5 %. Такая ситуация была характерна и для предыдущих периодов. В 2003 г. удельный вес частной собственности в общем объеме розничного товарооборота составил 67,3 % и вырос по сравнению с 2002 г. на 1,7 процентный пункт. Вместе с тем следует отметить, что в конкурентной борьбе организованная торговая сеть проигрывает субъектам, работающим на вещевых и продовольственных рынках. Численность индивидуальных предпринимателей в 2003 году составила 25 % от общего числа занятых в торговле, а доля продаж ими товаров - 35,6 % от общего объема товарооборота. По-прежнему большое количество покупателей приобретают на рынках как продовольственные, так и