

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

непродовольственные товары, даже те, которые имеются в достаточном объеме на прилавках стационарных магазинов.

Органы управления торговли и исполнительной власти в течение последних двух лет предприняли ряд шагов по наведению порядка на рынках. К мерам упорядочения относятся: обязанность индивидуальных предпринимателей применять кассовые аппараты; отвечать за качество продаваемой продукции и качество услуг; реконструкция, переоборудование и обустройство неиспользованных объектов для перевода индивидуальных предпринимателей в обустроенные помещения, где имеется возможность применять кассовый аппарат; введение новых правил торговли на рынках и установление перечня товаров, реализация которых на рынках запрещена; лицензирование торговой деятельности; упорядочение размещения рынков, закрытие неэффективных, реконструкция, благоустройство и укрепление их материально-технической базы, усиление контроля за работой торгующих на рынках, их обучение основам законодательства в сфере торговли и защиты прав потребителей и др.

В целом не отрицая необходимость наведения порядка на рынках с целью обеспечения добросовестной конкуренции и искоренение обмана, все же следует с осторожностью подходить к отдельным мероприятиям, чтобы исключить возможные негативные последствия. По первым оценкам ожидается, что часть индивидуальных предпринимателей не успеют получить до установленного срока лицензию, что приведет к сокращению числа торгующих, а тем самым и к потерям рабочих мест и налогов, сужению ассортимента реализуемых товаров, повышению цен и другим проблемам. К тому же прогнозируется изменение ситуации на рынке торговых услуг, обусловленное строительством и последующим открытием супер- и гипермаркетов. Опыт Польши, Франции, Литвы и других стран показал, что на одно дополнительное рабочее место в этих торговых структурах происходит сокращение восьми мест в традиционной сети. Рыночной экономике в большей степени будут соответствовать меры по определенной поддержке малого бизнеса со стороны государства и местных органов власти. Представляется более правильным разработать программы по подготовке торговой отрасли к внедрению новых торговых технологий и обучению индивидуальных предпринимателей работе в новых условиях, уточнить размещение супер- и гипермаркетов, расчеты нормативов их числа в соответствии с числом обсуживаемых покупателей, провести научные изыскания по оптимизации торговых потоков и ассортимента реализуемых товаров в разных форматах торговли.

*Ванкевич Е.В., ВГТУ (Витебск)*

## **ЭКСПРЕСС-ДИАГНОСТИКА КРИЗИСНОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ОТРАСЛИ**

Представляет как теоретический, так и практический интерес разработка методики комплексного экспресс-мониторинга внутренней среды предприятия для раннего обнаружения симптомов возможных проблем и места их локализации в субъекте хозяйствования. Основными требованиями, предъявляемым к отобранным в методику показателям, является их наличие в формах статистической отчетности предприятий (или расчет по ним) и сопоставимость на определенном временном интервале, однозначность интерпретации.

Дискуссионной является проблема типологизации степени развития кризисных