

деятельности маркетинговой службы представляется важной постановка определенных количественных задач, нацеленных на перспективу. Четкость критериев контроля позволяет корректировать и совершенствовать систему управления маркетингом предприятия.

Науменко Е. П., БТЭУПК (Гомель)

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СУБЪЕКТОВ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА

Важнейшим источником информации о происходящих процессах на потребительском рынке выступает государственная система статистики в лице Министерства статистики и анализа Республики Беларусь. Однако одних данных этого министерства о состоянии потребительского рынка для его исследователей недостаточно. В связи с этим возникает необходимость проведения маркетинговых исследований рынка. Несмотря на то, что на многих предприятиях функционируют службы маркетинга, отечественные предприятия еще не до конца осознали необходимость их применения. Наиболее эффективно исследование потребительского рынка могут осуществлять маркетинговые и информационно-коммерческие центры.

Существенное значение для информационного обеспечения коммерческих отношений субъектов товарного рынка могут играть выставки и ярмарки товаров. Субъектам потребительского рынка на выставках оказываются выставочно-информационные услуги; информирование потенциальных потребителей о новых товарах; обмен коммерческой информацией; изучение спроса и предложения и другие.

Невская Е.В., БГЭУ (Минск)

НЕОПРЕДЕЛЕННОСТЬ В ФИНАНСОВОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ

Для решения финансовых проблем, обусловленных управлением предприятия, содержится большое разнообразие математических моделей, требующих абсолютной точности данных. Однако доказано, что это требование точности приводит к тому, что полученные результаты значительно удаляются от реальности, характеризующейся многочисленными неточностями. Сложность проблем и неопределенность ситуаций делают необходимым введение более гибких и адекватных реальности моделей, использование методов, главными особенностями которых являются гибкость и приспособляемость. Таким методом и является теория нечетких множеств.

Практическое использование нечеткой логики позволяет развивать традиционные элементы финансового управления, адаптируя их к новым потребностям учета неопределенности будущего. Способы, традиционно используемые в бухгалтерии для оценки имущественного состояния за какой-то период, могут быть преобразованы в элементы управления, направленные в будущее. Баланс, коэффициенты и т.д. могут использоваться для выбора одной из стратегий с эффективной внутренней финансовой структурой в среднесрочном и долгосрочном плане.

Финансовый менеджмент входит в область наук о человеке, он должен отражать какую-то непредсказуемость в жизни предприятия. И эта непредсказуемость не должна устраняться. Напротив, оказывается целесообразным рассмотрение сложной реальности