

Экологически ориентированное развитие персонала преследует следующие цели:

- повышение уровня специальных экологических знаний персонала и его навыков, включая работу в аварийных экстремальных экологических ситуациях;
- выработка компетенции по разрешению сложных экологических проблем посредством улучшенной способности к коммуникациям и междисциплинарному сотрудничеству;
- повышение способности решать новые проблемы, открытость к экологическим вопросам и т. п.

Сотрудники организации готовы принимать участие в решении экологических проблем при наличии соответствующей мотивации. Мотивирование может осуществляться в форме информирования и привлечения сотрудников в том или ином качестве к разработке и реализации практических экологических мероприятий. К конкретным механизмам мотивирования и подготовки персонала можно отнести: информирование; непосредственное вовлечение; введение схем поощрения; признание достижений; устранение демотивационных элементов.

На фирмах к числу методов природоохранной мотивации сотрудников относятся: создание образа экологически сознательного предприятия; организация внутрифирменных курсов по повышению квалификации; ориентация на групповые формы решения экологических проблем, предусматривающие достаточную свободу в процессе принятия решений по экологическим вопросам. В качестве экономического стимула на многих предприятиях различных стран мира применяется система автоматических премий за любое экологическое предложение, позволяющее снизить издержки.

В контексте экологического менеджмента требования по переподготовке и повышению квалификации собственного персонала напрямую включены в стандарты ISO 14001 и ISO 14004: «Для всего персонала в рамках организации должна быть обеспечена соответствующая подготовка, необходимая для осуществления экологической политики и достижения целевых и плановых экологических показателей» [ISO 14004, п.4.3.2.5].

<http://edoc.bseu.by>

*Лосева А.В., УО БГЭУ (Минск)*

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО БАЛАНСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

В странах с развитой рыночной экономикой бухгалтерский учет и финансовая отчетность регулируется не посредством государственных директив, а с помощью специальных правил, которые разрабатываются профессиональными организациями. В отечественной учетной практике форма баланса, утвержденная Министерством финансов Республики Беларусь, является обязательной, что не позволяет добиться разнообразия построения баланса в зависимости от организационно-правовых форм управления, различных сфер деятельности и размеров предприятия и противоречит международным стандартам.

Методикам составления балансов в каждой стране свойственны свои особенности. Однако, в отличие от отечественного баланса, зарубежные предприятия имеют достаточно большую степень свободы, т.к. обязательные требования затрагивают лишь наиболее существенные моменты, а такие вопросы, как объем и степень детализации, включения в баланс специфической для данной фирмы информации, расчетов различных аналитических показателей решаются по усмотрению составителей.

Возможные варианты преобразования действующей формы баланса с точки зрения ее содержания и структуры и приближения к международным стандартам финансовой отчетности могут быть следующими.

Во-первых, можно отметить, что нет необходимости разделять дебиторскую задолженность на подстатьи.

Разногласия среди специалистов вызывают и такие статьи баланса, как «Расходы будущих периодов» и «Доходы будущих периодов».

Еще одним спорным моментом является отражение в составе заемных источников различных фондов и резервов.

Еще одна особенность, присущая методике составления баланса в экономически развитых странах и не находящая отражения в бухгалтерской отчетности нашей страны. Страны с развитой рыночной экономикой реализуют примерно схожую методологию учета, которая основана на принципах продолжающейся деятельности, существенности, осмотрительности, приоритета содержания над формой и др. На сегодняшний день данный вопрос реализован частично. Например, в соответствии с принципами продолжающейся деятельности и осмотрительности предусматривается отражение в учете событий после отчетной даты и условных фактов хозяйственной деятельности.

*Луговая И. А.  
БРУ (Могилев)*

## **МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ**

Контролировать и оценивать результаты управления маркетингом без обособленно построенной системы показателей невозможно. В планировании маркетинговых процессов можно использовать совокупность взаимосвязанных количественных и качественных параметров.

Обычно используется система показателей, которую можно условно разделить на три группы:

- характеризующие систему управления предприятием в целом;
- характеризующие аппарат управления;
- характеризующие экономическую эффективность мероприятий по совершенствованию управления.

К факторам, препятствующим эффективному процессу управления маркетингом, можно отнести:

- отсутствие рыночной ориентации и недостаточный уровень маркетинговых знаний и подготовки у руководителей высшего звена;
- использование директивных методов управления и как следствие ограничение применения методов маркетингового управления;
- низкое качество и эффективность маркетинговых решений;
- низкий уровень управления разработкой и реализацией долгосрочных стратегий либо отсутствие долгосрочных стратегий развития предприятия;
- методы использования маркетинга не адаптированы к отечественным условиям;
- нет достаточной связи управления предприятием с системой управления маркетингом;
- сложившаяся на предприятиях несбалансированность между производством и реализацией продукции;