

решения в сфере производства, реализации, информационного обеспечения, финансирования.

<http://edoc.bseu.by>

В.А. Дадалко, Е.Р. Кадниова

БГЭУ (Минск)

Гомельский кооперативный институт (Гомель)

КОНТРОЛЛИНГ И ЕГО РОЛЬ В СОВРЕМЕННОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ

Контроллинг — это одна из функций управления, без которой не могут быть реализованы в полной мере все другие функции управления: планирование, организация, руководство и мотивация. Контроллинг призван обеспечивать правильную оценку реальной ситуации и тем самым создавать предпосылки для выхода на запланированные показатели развития предприятия. Поэтому контроллинг выступает одним из главных инструментов выработки политики и принятия решений, обеспечивающих нормальное функционирование предприятия и достижение его намеченных целей.

В функцию контроллинга входят: сбор, обработка и анализ информации.

В связи с этим контроллинг рассматривается не только как фиксирование отклонений, но и как анализ причин отклонений и выявление возможных тенденций развития. Наличие отклонения в одном из звеньев может потребовать принятия срочных решений, касающихся оперативной деятельности конкретного подразделения.

Каждый цикл управления начинается с анализа исходной информации о состоянии внешней и внутренней среды, оценки ее предстоящих изменений и возможностей предприятия. Затем следует постановка целей. Конкретные цели на предстоящий период выражаются в величинах затрат, соразмерных определенному целевому результату. Достижение установленной величины затрат становится задачей соответствующего управленческого цикла и подразделений.

Для оценки деятельности системы внутреннего контроля организации можно использовать проверку на соответствие и проверку по существу. Целью проверки на соответствие является подтверждение внешним аудитором того, что контрольные процедуры организации фактически действовали в течение всего анализируемого периода. Если надежность контролируемых процедур организации будет подтверждена, то объем аудита по существу можно сократить, то есть контрольные процедуры в этом случае предупредят или обнаружат ошибки (обман).

При проверке системы внутреннего контроля на соответствие внешним аудиторам следует учитывать процедуры, которые внутренние аудиторы применяют для определения характера, сроков проведения и объема их собственных проверок.

Е.В. Демченко

БГЭУ (Минск)

МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЙ

При разработке маркетинговых решений важно правильно оценить рыночную ситуацию и выбрать среди альтернативных вариантов эффективное решение.

Под показателями привлекательности рыночных условий понимаются факторы, которые позволяют определить порядок предпочтений.

Выбор показателей является фундаментальным для процесса принятия маркетинговых решений. Показатель с одной стороны, должен адекватно отражать степень достижения цели, а, с другой - быть измеримым. В связи с этим, набор показателей должен обладать рядом свойств:

- полнотой;
- значимостью;
- разложимостью;
- дифференциацией относительно других критериев;
- минимальной размерностью.

Количество показателей, согласно исследованиям, должно колебаться от 7 до 12. Совокупность показателей должна отражать комплексную характеристику привлекательности рыночных условий.

Говоря о привлекательности рыночных условий, необходимо оценить высоту "барьера выхода на рынок", который определяется масштабностью предприятия, привычностью марки, реальными затратами, перспективной системой товародвижения, взаимозаменяемостью товара.

Часто наряду с экономическими показателями учитываются и другие например показатели:

- характеризующие экологическую безопасность производства;
- характеризующие технические возможности продукции;