

вого обеспечения. Необходимо улучшить обеспеченность служб маркетинга специалистами-аналитиками, умеющими работать с рыночной информацией, выделив их в специальное подразделение, имеющее в иерархии службы наибольший статус, повышающийся в зависимости от их рыночных результатов. В-третьих, следует модернизировать информационный контур предприятия. Для чего необходимо наладить поступление информации, отражающей динамику рынка, состояние спроса, динамику цен, внедрив современные экспертно-аналитические системы, которые должны быть доступны для специалистов маркетинговых подразделений.

Такая реорганизация будет способствовать внедрению маркетингового мышления в практику повседневного менеджмента на предприятии и будет способствовать скорейшей психологической адаптации управленцев промышленных предприятий к работе на условиях мировых рынков.

<http://bseu.by/>

И.В. Прыгун
БГЭУ (Минск)

ТОРГОВЛЯ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Протекание современных модернизационных процессов в экономике, связанных с глобализацией, информатизацией и переходом к восходящей фазе развития с целью мобилизации человеческого фактора, предъявляет новые требования к качественному совершенствованию торговли, адекватному потребностям общества и условиям складывающейся рыночной среды. Добиться качественных изменений в функционировании торговли можно только за счет существенных положительных преобразований на конкретных предприятиях путем повышения их рентабельности, ликвидности и производительности.

Это вызывает необходимость разработки концепций и формирования механизмов, учитывающих основы экономики и культуры Республики Беларусь, требует пересмотра философии, организационных форм и методов управления. Ускорению этого процесса будет способствовать анализ и изучение направлений менеджмента, связанных с прогнозными оценками будущего состояния мирового сообщества.

Здесь большую роль должен сыграть консалтинг как один из способов совершенствования управления предприятием. Положительное влияние консалтинга на управление предприятием заключается в следующем: проблема решается специали-

стом, обладающим особыми знаниями и навыками; беспристрастный взгляд помогает найти и реализовать необходимые меры, консультирование оказывает образовательный эффект; использование консультанта может обходиться дешевле, чем решение проблемы собственными силами.

Однако медленное развитие рынка консалтинговых услуг из-за неудовлетворительного состояния экономики, влияющего на уровень и динамику деловой активности, не позволяют в полной мере задействовать этот фактор. Тем более, что нередко отказ от использования консалтинговых услуг связан с психологической составляющей: неверием в способности и квалификацию консультанта, боязнью утраты независимости управления предприятием, желанием сохранить сведения о предприятии в тайне.

Следует более широко использовать возможности государственных учреждений, университетов, иных коммерческих фирм в качестве центров консалтинговой помощи, которые, в первую очередь, должны быть связаны с разработкой прогнозов окружающей среды предприятия. К последним относятся экономические, социо-политические, производственные и технологические прогнозы. С помощью этих прогнозов будут определяться долгосрочные возможности предприятия. При этом часть информации можно передавать предприятиям бесплатно через публикации, а часть - продавать.

<http://bseu.by/>

О.А. Пузанкевич
БГЭУ (Минск)

ПЛАНИРОВАНИЕ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ НА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Учитывая, что малые предприятия, как правило, имеют ограниченный объем денежных ресурсов, это во многих случаях сковывает их деятельность. Для поддержания постоянной деятельности этих субъектов требуется непрерывное движение денежных средств, их рациональное использование. Поэтому на малых предприятиях следует планировать использование денежных средств

Разработка планов, краткосрочных прогнозов движения денежных средств позволяет еще на начальной стадии хозяйственного решения определить возможности его своевременного финансирования, отрегулировать встречные платежи с источниками их покрытия, предусмотреть варианты наиболее рационального использования денег. Для реализации этих направлений малым предприятиям необходимо обособовывать движение своих денежных ресурсов в кассовых планах, так называемых «