

Анализ результатов распределения выпускников проводится на основе информации о работе комиссий факультетов по распределению выпускников. Он позволяет оценить потребности страны в экономистах того или иного профиля.

Выявление и анализ информации по оценке удовлетворенности предприятий, на которых работают выпускники университета, позволяет подготовить материалы для руководства университета, основу которых составляют пожелания руководителей предприятий, их замечания и предложения. Они являются эффективной обратной связью, позволяющей своевременно уловить новые тенденции в использовании специалистов экономического профиля.

*Поддерегина Л.И.
БНТУ (Минск)*

МЕТОДЫ МЕНЕДЖМЕНТА

Известны различные точки зрения по классификации методов менеджмента. Одни различают административные, экономические и социально-психологические методы менеджмента; другие – административные, экономические, социально-психологические, сетевые (СПУ), балансовые; третьи – экономические, административные, социально-психологические и идеологические; четвертые – экономические, организационные, социальные и психологические. Представляется, что сетевые и балансовые методы не могут быть на одном уровне с другими методами (экономическими, социально-психологическими и т.д.), и их следует определять как приемы, используемые в различных методах менеджмента. Идеологические методы нецелесообразно выделять как самостоятельные. Их следует включать в социально-психологические методы менеджмента. Вместе с тем, никто из них не выделяет моральные методы.

Вопреки стереотипному представлению о классификации методов менеджмента, данная классификация может быть представлена следующим образом: административные, социально-экономические, морально-психологические. Если не предоставляется право выбора вариантов исполнения задания, то это административные методы, а если имеет место выбор, это социально-экономические или морально-психологические методы менеджмента. К социально-экономическим относятся методы, которые характеризуются материальным эффектом. К морально-психологическим относятся те, которые характеризуются моральными и психологическими эффектами. Применительно к человеку нет понятия экономического эффекта, есть социально-экономический эффект; и попытка разорвать для индивида понятия экономического и социального представляется некорректной. Социально-экономические методы отличаются от морально-психологических характером стимулов. Социально-экономические методы используют социально-экономические стимулы, а морально-психологические – морально-психологические стимулы. Используя социально-экономические методы менеджмента необходимо правильно выбрать метод ведения хозяйства, с которым соотносятся хозяйственный и коммерческий расчеты.

Действенность экономических методов менеджмента снижается по мере перехода от крупного подразделения к более мелкому, например, от предприятия – к цеху, участку, бригаде, конкретному исполнителю. Если предприятие является хозрасчетной единицей, в основе деятельности которого лежат принципы хозрасчета, то цех полностью зависит от предприятия и не имеет вообще никакой самостоятельности. Хотя деятель-

ность цеха оценивается хозрасчетными показателями, на этом уровне принципы хозрасчета реализуются на более низком уровне, чем на уровне предприятия. Еще хуже обстоит дело с участками, бригадами, конкретными исполнителями. Реализация рыночных отношений на уровне внутрипроизводственных подразделений требует принципиального пересмотра системы отношений между предприятием как единым хозяйственно-юридическим субъектом и подразделениями, входящими в состав предприятия. Возникает необходимость пересмотра экономических взаимоотношений между указанными подразделениями и общепроизводственными службами управления. Данный процесс является сложным в связи с тем, что при этом проявляются противоречия двух заинтересованных субъектов внутрипроизводственного подразделения (цеха), с одной стороны, и предприятия в целом – с другой стороны.

Возникает необходимость оценки методов экономического управления внутрипроизводственными подразделениями с точки зрения оптимального учета интересов указанных субъектов.

Для эффективного функционирования структурных подразделений предприятия представляется целесообразным предоставить им внутри предприятия имущественную, экономическую и финансовую самостоятельность.

*Подобед Н.А.
УО БГЭУ (Минск)*

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Современные компьютерные технологии в сочетании с соответствующим программным обеспечением позволяют максимально автоматизировать, а, следовательно, и облегчить процесс экономико-математического моделирования и прогнозирования цен на предприятиях общественного питания; позволяют обеспечить контроль поступления продуктов и составление калькуляций, ведение количественно-суммового учета продуктов и справочника рецептур; позволяет с легкостью провести инвентаризацию на складе продуктов, а также поддерживают системы штрихового кодирования.

Вместе с тем, существует целый ряд причин, препятствующих внедрению информационных технологий в общественное питание. Условно их можно разделить на объективные, субъективные и мнимые.

К объективным факторам можно отнести все факторы, связанные с особенностями экономики нашей страны, сложившиеся в результате становления рыночных механизмов хозяйствования. Это несовершенство линий коммуникаций, монополистический характер рынка провайдерских услуг, отсутствие государственной поддержки в сфере технологий электронной торговли как на уровне нормативно-правовой базы, так и на техническом уровне.

Мнимые факторы тесно связаны со стереотипами мышления специалистов, с консервативными взглядами некоторых руководящих работников.

К группе субъективных факторов можно отнести все факторы, касающиеся деятельности управленческого потенциала предприятия, а также квалификации сотрудников.