

периодов отсутствуют данные, необходимые для анализа, несвоевременно анализируются маркетинговые планы и решения, действия представляют собой лишь реакцию, а не предвидение.

Информацию следует собирать и анализировать с помощью четырех вспомогательных систем, которые в совокупности своей и составляют систему маркетинговой информации: системы внутренней отчетности, системы сбора внешней текущей маркетинговой информации, системы маркетинговых исследований и системы анализа маркетинговой информации. Поток информации, поступающей к менеджерам, помогает им при анализе, планировании, прогнозировании и контроле за исполнением маркетинговых мероприятий. Обратный поток в сторону рынка банковских услуг состоит из принятых управляющими решений и коммуникаций.

Информационная маркетинговая система банка эффективна, если она предоставляет результаты, которые содействуют уменьшению неопределенности и способствуют принятию стратегических и оперативных решений.

Создание постоянно функционирующей информационной системы маркетинга в банке дает возможность команде менеджеров банка принимать обоснованные и своевременные решения по вопросам планируемого увеличения уставного капитала, расширения географии деятельности банка, а также других решений, учитывающих значимые изменения внешней и внутренней среды деятельности банка.

<http://www.bseu.by>

*Боровская Е. А.
БГЭУ (Минск)*

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ

В инновационной деятельности малые предприятия общественного питания имеют значительные преимущества по сравнению с бюрократически управляемыми крупными. Они не составляют сложных программ и планов, могут работать гибко. Эти преимущества руководители небольших ресторанов, баров и кафе должны использовать так, чтобы открывающиеся возможности вследствие изменений на рынке и в желаниях потребителей преобразовать с помощью инновационных достижений в преимущества конкуренции.

Основные шаги к активной инновационной деятельности на предприятиях общественного питания могут быть следующие:

1. Личный управленческий стиль руководителя.

Управленческий персонал, являясь, в первую очередь, генератором инноваций, должен создавать возможность для новых идей, предлагаемых работниками предприятия, потребителями и партнерами по бизнесу. Он не должен постоянно подвергать анализу уже достигнутое: почему в день в ресторане невысокая посещаемость, почему слабо обновляемое меню, почему данные блюда производятся по устаревший технологии, почему не расширяется перечень дополнительных услуг и т.д. Руководитель должен постоянно интересоваться у работников, какие улучшения или новшества запланированы в отношении приготовления новых блюд, как и когда их можно реализовать. За идеи и инициативу он должен систематически поощрять работников. Практика показывает, что слабая заинтересованность в реализации идей является следствием управленческого стиля. Тот, кто старается не замечать новые идеи, вместо того, чтобы постоянно ими заниматься, задерживает развитие своего предприятия и разрушает творческий процесс в нем.

Руководителям должны быть присущи такие качества, как творчество, интуиция, знание рынка, инициативность, коммуникабельность и, что немаловажно, готовность рисковать.

2. Расширение поля сбора инновационных идей, за счет привлечения к данной работе одного-двух сотрудников предприятия питания, способных работать творчески. Поэтому при приеме на работу следует обращать внимание в первую очередь на способность претендентов инновациям. Следует защищать высокопродуктивные идеи от внутреннего сопротивления на предприятиях, так как только такие идеи способны увлечь весь коллектив, придать силы и веру в успех.

3. Поощрение инициативных работников путем вознаграждения их за каждое новшество. Не менее важно придать общественную значимость, популярность творческим идеям, когда они способны заразить других работников, а признательность становится стимулом для других.

4. Целесообразно создавать условия для широкой коммуникации работников посредством гибкого распределения их обязанностей. Так, на предприятиях питания эффективно создавать

кроме специализированных бригад, объединяющих работников одной профессии (поваров, кондитеров, официантов), комплексные бригады, объединяющие работников разных профессий (поваров, подсобных кухонных рабочих, мойщиков посуды), внутри которых происходит совмещаемость профессий, полная или частичная взаимозаменяемость.

<http://www.bseu.by>

*Боровская Е. А., Симан Е. А.
БГЭУ (Минск)*

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ШКОЛЬНОГО ПИТАНИЯ

Одной из первоочередных задач в общем комплексе мероприятий по укреплению здоровья и профилактике заболеваний у разных категорий населения является рационализация питания. При этом особое значение имеет обеспечение адекватным питанием школьников, у которых, с одной стороны, отмечаются интенсивные процессы роста и развития, а с другой стороны – недостаточно высокая сопротивляемость организма к воздействию неблагоприятных факторов внешней среды. Обеспечение процессов роста организма и энергетических функций наиболее полно осуществляется при сбалансированном питании. Основные факторы, определяющие состояние здоровья детей школьного возраста, связаны с окружающими их условиями жизни, поэтому для сохранения и укрепления здоровья детей одной из главных задач является улучшение качества питания, что имеет выраженное социальное значение. Научной разработкой вопросов питания школьников занимаются специальные научные учреждения с участием врачей-диетологов, психологов, работников общественного питания и других специалистов.

Питание школьников в основном организуют районные комбинаты школьного питания, которые выполняют функции заготовочных предприятий с прикрепленной к ним сетью школьных столовых. Совмещение производственной и управленческой функций в рамках одного комбината позволяет:

- механизировать производственные процессы;