

ПОДГОТОВКА МЕНЕДЖЕРОВ В СИСТЕМЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

За последние десятилетия искусство управлять стало частью общечеловеческой культуры. Многие управленцы знакомы с модными словами и с некоторыми концепциями, но это не является основой успеха. Необходимо научиться анализировать существующие концепции и превратить их в успешные действия. Известно, что в современном бизнесе главным ресурсом являются знания. Чем больше бизнес применяет знания в своей работе и опирается на них, тем больше в нем будет менеджеров, от чьих решений зависит и результат бизнеса. В этой связи возрастает роль учебных учреждений, занимающихся подготовкой руководителей-менеджеров. Но вместе с тем возникает и ряд проблем: чему учить, как учить и кто будет учить.

Составляя учебные планы подготовки специалистов в области управления необходимо помнить, что будущие выпускники должны обладать умением анализировать производственно-хозяйственную деятельность, формулировать цели, обладать способностью к обобщению, которую можно гибко использовать в решении возникающих проблем. Квалифицированные менеджеры — это система знаний, система навыков, умений, система личностных и деловых качеств. Еще одним из вопросов, требующих обсуждения является вопрос кого учить? Ни один учебный предмет не может сделать студента хорошим специалистом, но знания, полученные в процессе изучения данного предмета, дают очень многое компетентному человеку, превращая его действия в эффективные. А способному человеку, они могут дать намного больше, позволяя ему довести свои действия до совершенства. Поэтому возможно целесообразно ввести отбор на специальность “Менеджер” на основе тестирования.

При подготовке менеджеров, кроме общегуманитарных дисциплин очень важен блок общеметодологических дисциплин по управлению, таких как теория организации, теория управления, история развития управленческой мысли и др. Проблема современного руководителя это умение работать с информацией, следовательно, необходим и специальный блок дисциплин по информационным технологиям. Необходимо также хорошая экономическая база, поэтому разумно готовить менеджеров на основе базового экономического образования.

Простая передача знаний явно недостаточна. Большую роль в подготовке менеджеров играют практические занятия, на которых предстоит освоить навыки и приемы управления. Такие занятия целесообразно планировать после определенного блока теоретических проблем, чтобы обучающиеся могли в комплексе применять изученный материал.

Серьезная проблема в подготовке менеджеров после школьной скамьи это оторванность от жизни. Это проблема связана, во-первых, с отсутствием собственного опыта хозяйственной деятельности. Во-вторых, с трудностями организации производственной практики. Не все учебные заведения имеют хорошую базу для прохождения такой пра-

ктики и порой получаем менеджера, который имеет очень слабое представление об управлении предприятием.

Сегодня нужны руководители, обладающие высоким уровнем управленческой культуры. Большинство предприятий нашей республики нуждаются в достижении результатов, которые удовлетворяли бы потребности нашего общества. В этой связи назрела серьезная проблема сбалансированности и согласованности учебных программ, рациональной последовательности взаимосвязанных курсов.

Е. Ф. Ефименко

Гомельский кооперативный институт

МАРКЕТИНГОВЫЙ КОНТРОЛЬ НА ПРЕДПРИЯТИИ

В условиях развития рыночных отношений ориентация предприятия на конечный результат требует определенной оценки достигнутых результатов как с позиции интересов самого предприятия, так и других субъектов хозяйствования, здесь важно учитывать тенденции в развитии экономики региона, перспективы предприятия.

Условием успеха предприятия является проведение его реструктуризации для адаптации размеров и структуры его деятельности к рыночной ситуации. Это предопределяет ведение хозяйства, предусматривающее сопоставление в денежной форме произведенных затрат и полученных рыночных результатов хозяйственной деятельности каждого хозяйственного структурного подразделения и предприятия в целом, направленных на обеспечение самоокупаемости и самофинансирования. Внутрихозяйственный расчет как метод управления выполняет следующие функции: планирования (включая стратегическое и текущее), организации, мотивации сотрудников к эффективному действию и контроля (включая учет и анализ). В результате внедрения внутрихозяйственного расчета, экономической гласности показателей работы каждого структурного подразделения управление предприятием становится гибким, адаптивным, а система контроля способствует изысканию новых, соответствующих изменениям во внешней среде методов руководства производственно-коммерческой и маркетинговой деятельностью.

Маркетинговый контроль основан на систематическом сопоставлении фактических результатов работы с запланированными в целях обеспечения эффективной предпринимательской деятельности каждого структурного подразделения и предприятия в целом. Конечным результатом контроля является выработка корректирующих воздействий на управляемые факторы и разработка рекомендаций по адаптации к неконтролируемым, неуправляемым факторам внутренней и внешней среды.

Исходными для организации контроля являются установление количественных и качественных параметров, с которыми производится сопоставление фактических результатов и временные интервалы, в течение которых происходит сопоставление. Проведение контроля должно соответствовать требованиям достаточности и своевременности.

Основные объекты контроля — объем продаж, размеры прибылей и убытков, реакция покупателей на предлагаемые новые товары и услуги, соответствие запланированных и фактических результатов производственно-коммерческой деятельности.