

## СОДЕРЖАНИЕ

### 3 ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА

3.1 Объект и субъект управления

3.2 Методы менеджмента

3.3 Принципы менеджмента

3.5 Инструменты менеджмента

3.4 Виды менеджмента

### 3 МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА

#### 3.1 Объект и субъект управления

Объект менеджмента – организация (как сознательно координируемое для достижения поставленных целей сообщество людей).

Субъект менеджмента (менеджер) – руководители различного уровня, наделённые полномочиями в области принятия решений в определённых сферах деятельности организации.

Связь между объектом и субъектом управления составляет управленческие отношения.

#### 3.2 Методы менеджмента

Методы менеджмента – это система способов воздействия субъекта управления на объект для достижения определенного результата.

Существует несколько подходов к классификации методов управления, в числе которых можно выделить классификацию по содержанию воздействия:

- экономические;
- организационные;
- социально-психологические.

Основой данной классификации являются побудительные мотивы отдельных работников к труду, их потребности и интересы, определяющие поведение людей.

Экономические методы управления основаны на социально-экономических законах и закономерностях развития объективного мира, природы, общества и мышления. Они опираются на систему экономических интересов личности, коллектива и общества.

Экономические методы управления — это система экономических стимулов и рычагов, влияющих на производство не прямо, а косвенно, организующих деятельность предприятия и его работников в нужном для общества направлении.

Применение экономических методов управления необходимо для сознательного использования всей системы экономических законов и категорий общественного развития. Центральной проблемой коллективной организации труда является овладение экономическими методами управления, которые применительно к управлению организацией представляют собой совокупность экономических рычагов, с помощью которых достигается эффект, удовлетворяющий требования коллектива в целом и личности в частности. Для обеспечения эффективности экономических методов необходимо, как минимум обеспечить «отзывчивость» организации на экономические рычаги. Следовательно, экономические методы способствуют выявлению новых возможностей, резервов, что особенно важно в переходный период, когда изменяется система материального стимулирования, основанная на учете экономических интересов.

Центральное место в системе методов управления занимают организационно-распорядительные методы.

Организационно-распорядительные методы управления, включающие приемы и способы воздействия субъекта управления на объект, основанные на силе и авторитете власти, указов, законов, постановлений, приказов, распоряжений, инструкций и т. д. Они устанавливают обязанности, права, ответственность каждого руководителя и подчиненного (исполнителя), звена и уровня управления, а также призваны обеспечивать персональную ответственность работников аппарата управления за исполнение воли вышестоящих органов. Организационно-распорядительные методы базируются на правах и ответственности людей на всех уровнях хозяйствования и управления, предполагающих

использование руководителем власти, ответственности подчиненных и создание системы организационных отношений.

Организационно-распорядительные методы основаны на организационных отношениях, существующих в любом обществе, социально-экономической системе. На их базе формируются организационные отношения, которые включают в себя отношения прав и ответственности, власти и компетентности. Анализ содержания управления организацией показал то, что вся система так или иначе пронизана организационно-распорядительной деятельностью.

Организационно-административное воздействие включает в себя следующие компоненты:

- виды и типы воздействия;
- адресат;
- постановка задания и определение критерия его выполнения;
- установление ответственности;
- инструктаж подчиненных и т. д.

В организации эти методы служат средством прямого воздействия на процесс производства товаров и труд работников, что позволяет координировать выполнение ими отдельных функций, решение задач, создает благоприятные условия для существования и развития управляемой системы, оказывает целенаправленное воздействие на объект управления. К характерным особенностям прямого воздействия относится непосредственная связь руководителя и подчиненного. Прямые воздействия ведут к усилению пассивности подчиненных, а иногда и к скрытому неповиновению. Поэтому наиболее эффективны косвенные методы воздействия, которые осуществляются посредством постановки задачи и создания стимулирующих условий.

Социально-психологические методы управления построены на формировании и развитии общественного мнения относительно таких общественно и индивидуально значимых нравственных ценностей, как добра и зла, сути жизни, нравственных начал в обществе, отношений к личности и т. д. Они представляют собой совокупность специфических способов воздействия на личные отношения и связи, возникающие в трудовом коллективе, а также на социальные процессы, протекающие в них.

Выделение данных методов управления является достаточно условным, так как все их многообразие охватить практически невозможно. Поэтому нами были выделены лишь основные, необходимые для понимания сущности управления.

### 3.3 Принципы менеджмента

Принципы менеджмента – идеи, правила поведения руководителя по осуществлению управленческих функций.

Существуют 2 группы принципов: общие и частные.

Первые представляют собой важнейшие (стратегические) требования, соблюдение которых обязательно для любой организации и включают в себя:

- а) принцип применимости;
- б) принцип системности;
- в) принцип многофункциональности;
- г) принцип интеграции;
- д) принцип ориентации на ценности;
- е) принцип последовательности;
- ж) принцип ведущего звена;
- и) принцип дополнительности;
- к) принцип эволюционизма.

2. Частные:

- а) принцип оптимального сочетания централизации и децентрализации в

управлении

- б) принцип научной обоснованности управления;
- в) принцип плавности;
- г) принцип сочетания прав, обязанностей и ответственности;
- д) принцип мотивации;
- е) принцип государственной законности.

### 3.4 Виды менеджмента

Виды менеджмента – специальные области управленческой деятельности, связанные с решением определённых задач менеджмента.

1 по признаку объекта различают:

- а) общий (генеральный) менеджмент, заключающийся в управлении деятельностью организации в целом или её самостоятельных хозяйственных звеньев;
- б) функциональный (специальный) менеджмент, заключающийся в управлении определёнными сферами деятельности организации или её звеньев.

2 по признаку содержания различают:

- а) нормативный менеджмент;
- б) стратегический менеджмент;
- в) оперативный менеджмент.

### 3.5 Инструменты менеджмента

Под инструментом менеджмента следует понимать совокупность моделей и методов, используемых для решения задач менеджмента и их информационного, организационного и методического обеспечения.

К числу широко известных инструментов менеджмента относятся:

- 1) Система управления по целям – система управления организацией, ориентированная на конечные результаты и основанная на использовании творческого потенциала трудового коллектива, новых методов управления.
- 2) Система и методики ПАТТЕРН, предназначенные для решения задач целеполагания, планирования, регулирования и контроля
- 3) Система и методики ПЕРТ, применяемые для решения задач планирования целевых и комплексных программ и проектов;
- 4) Экспертиза – процесс исследования, проводимого экспертами, направленный на формирование групповой оценки по неструктурированным проблемам.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

**1. Нормативно-правовые акты**

1. Гражданский кодекс Республики Казахстан. - Алматы, 1995.
2. Закон Республики Казахстан « О разгосударствлении и приватизации в Республике Казахстан». - Алматы, Казинпрес, 1995.
3. Закон Республики Казахстан « О налогах и других обязательных платежах в бюджет» – Алматы: Казинпресс, 1985.
4. Закон Республики Казахстан « О предприятиях и предпринимательской деятельности в Республике Казахстан»- Алматы, 1995г.
5. Закон Республики Казахстан « О собственности в Республике Казахстан» – Алматы, Казинпресс, 1995г.
6. Закон Республики Казахстан «О развитии конкуренции и ограничении монополистической деятельности». - Алматы, Казинпресс, 1995.
7. Закон Республики Казахстан «О таможенном деле в Республике Казахстан»/ Казахстанская правда, 26-27 июня 1995 г.
8. Конституция Республики Казахстан /Казахстанская правда, 8 сентября 1995.

**2. Основная литература**

1. Веснин В.Р. Менеджмент: Учебное пособие в схемах. – М.: Белые Альвы, 1999.
2. Лебедев О.Т. Основы менеджмента. Учебное пособие. – СПб.: Изд-во СПбГТУ, 2001.
3. Лебедев О.Т., Каньковская А.Р. Основы менеджмента. СПб.: Изд. дом «М и М», 1997.
4. Менеджмент (конспект лекций в схемах). – М.: Издательство ПРИОР, 1999.
5. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. – М.: Дело, 1998.
6. Цыпкин Ю.А., Люкшинов А.Н., Эриашвили Н.Д. Менеджмент. Учебное пособие для вузов /Под ред. Ю.А. Цыпкина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001.

**3. Дополнительная литература**

1. Акофф Р. Планирование будущего корпорации. - М.: Прогресс, 1985.
2. Ансофф И. Стратегическое управление. - М.: Экономика, 1989.
3. Афанасьев Е.В., Ярошенко В.Н. Эффективность информационного обеспечения. - М., 1987.
4. Берл Г. Создать свою фирму. - М.: Экономика, 1990.
5. Берман Б., Эванс Дж. Маркетинг. - М.: Экономика, 1993.
6. Введение в менеджмент. Учебное пособие. - Алматы, 1993.
7. Веснин В.Р. Менеджмент для всех.- М., Юрист, 1994.
8. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: Учебник. – М.: Гардарика, 1998.
9. Виханский О.С., Наумов А.И. Практикум по курсу «Менеджмент».- М.: Гардарика, 1998.
10. Воеводин Е.Н. Реклама на капиталистическом рынке. – М.: МГИМО, 1982.
11. Вудкок М., Френсис Д. Раскрепощенный менеджер . – М.: Дело, 1999
12. Герчикова И.Н. Менеджмент. - М.: ЮНИТИ, 1994.

13. Герчикова И.Н. Менеджмент: Учебник. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1995.
14. Глухов В.В. Основы менеджмента. – Учебно-справочное пособие. – СПб.: Специальная литература, 1995.
15. Гончаров В.В. В поисках совершенства управления. - М., 1993.
16. Грачев М. К новой философии менеджмента //Вопросы экономики, 1990.
17. Дзарасов С.С. Каждому об управлении. - М.: Мысль, 1986.
18. Дункан У.Дж. Основополагающие идеи в менеджменте. /Пер. с англ. – М.: Дело, 1996.
19. Жданова Л.А. Организация и управление капиталистической промышленной фирмы. - М., 1991.
20. Зигерт В., Ланг Л. Руководить без конфликтов. - М.: Экономика, 1981.
21. Кабушкин Н.И. Основы менеджмента. Учебник. – Минск: Изд. центр «Экономпресс», Финансы, учет и аудит, 1998.
22. Казанцев А.К., Малюк В.И., Серова Л.С. Основы менеджмента. Практикум: Учебное пособие. – М.:ИНФРА-М, 2002.
23. Капустина Н.Е. Теория и практика маркетинга в США. - М.: Экономика, 1981.
24. Кахно П.А. и др. Менеджмент – М.: Финансы и статистика, 1993.
25. Китов А.И. Психологические особенности принятия управленческих решений. М.: Знание, 1983.
26. Коно Т. Стратегия и структура японских предприятий. - М.: Прогресс, 1998.
27. Корнаи Я.Путь к свободной экономике. - М., Экономика, 1990.
28. Красовский Ю.Д. Если я руководитель. – М.: Московский рабочий, 1983.С.45- 64.
29. Крегер О., Тьюсон Дж. М. Типы людей в бизнесе: Как 16 типов личности определяют ваши успехи на работе / Пер. с англ. – М.: Персей, Вече, Аст, 1995.
30. Кэссон Г.Р. Что нужно знать каждому бизнесмену: эффективный менеджмент». - М., Бином, 1992.
31. Лазарева А.Г. Маркетинг информационных продуктов и услуг в США. – М.,1999.
32. Маркетинговый подход к управлению // Российский Экономический журнал , № 10, 1992г. с. 65-68.
33. Маркушевич О.Г. Свободная экономика и управление предприятием – М., СПб: Политика, 1993.
34. Менеджмент /Под ред. Максимова М.М., Игнатъевой А.В. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998.
35. Мерсер Д. IBM: управление в самой преуспевающей корпорации. -М.: Прогресс, 1991.
36. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. - М.: Дело, 1992.
37. Мильнер Б.З. Теория организаций. – М.: Инфра-М, 1998.
38. Монден Я., Сибикава Р. и др. Как работают японские предприятия. - М.: Экономика, 1989.
39. Настольная книга хозяйственного руководителя, предпринимателя, бизнесмена. - М., 1993.
40. Ноздрева Р.Б. , Цыгичко Л.И. Маркетинг: как побеждать на рынке. - М., 1991.
41. Основы менеджмента. Учебное пособие для вузов. Научный редактор А.А. Радугин. – М.: Центр, 1998.
42. Основы менеджмента. Учебное пособие. Алматы: КазГАУ, 1994.

43. Оучи У. Методы организации производства: японский и американский подходы. - М.: Экономика, 1984. С 83-92, 144-151.
44. Пилдич Дж. Путь к покупателю. - М., Прогресс, 1991.
45. Психологические тесты. Ахмеджаков Э.Р. - М., 1996.
46. Русинов Ф.М., Никулин Л.Ф., Фаткин Л.В. Менеджмент и самоменеджмент в системе рыночных отношений. - М.: Инфра-М, 1996.
47. Санталайнен Т., Воутилайнен Э., Поренне П., Ниссинен Й.. Управление по результатам. - М.: Прогресс, 1988. С 135-161.
48. Семь нот менеджмента: Настольная книга руководителя. /под ред. В. Красновой и А. Привалова. - М.: ЗАО «Журнал Эксперт», 1997.
49. Тарасов В.К. Персонал-технология: отбор и подготовка менеджеров. - Л.: Машиностроение, 1989.
50. Тейлор Ф.У. Принципы научного менеджмента /Пер. с англ.. -М.: Контроллинг, 1991 (классики менеджмента, вып.1).
51. Трейси Д. Менеджмент с точки зрения здравого смысла. - М.: Автор, 1993.
52. Уотермен Р. Фактор обновления: как сохраняют конкурентноспособность лучшие компании. - М.: Прогресс, 1988, С. 39-63.
53. Управление – это наука и искусство /А.Файоль, Г.Эмерсон, Ф.Тейлор, Г.Форд. - М.: Республика, 1992.
54. Управление организацией: Учебник /Под ред. А.Г.Поршнева, З.п. Румянцевой, Н.А. Саломатина. - М.: ИНФРА-М, 1998.
55. Управление производством: словарь - справочник. - М.: Профиздат, 1990.
56. Уткин Э.А. Сборник ситуационных задач, деловых и психологических игр, тестов по курсам «Менеджмент», «Маркетинг». Учебное пособие. - М.: Финансы и статистика, 1996.
57. Фостер Р. Обновление производства: атакующие выигрывают. - М.: Прогресс, 1999.
58. Фурсов В.Г., Басин Ю.Г. Основы бизнеса и предпринимательства в условиях рыночной экономики Казахстана. Алматы: Изд-во «Панорама», 1993.
59. Хентце Й. Основные идеи стратегического менеджмента // Проблемы теории и практики управления, 1989, № 2, с. 34-38.
60. Холд Р.Н. Основы финансового менеджмента. - М.: Дело, 1993.
61. Цзе К.К. Методы эффективной торговли: опыт лучшей торговой фирмы года. - М., 1988.
62. Шеметов П.В. Практический менеджмент. - Новосибирск, 1993.
63. Шепель В.М. Управленческая этика. - М.: Экономика, 1999