

3. Современный маркетинг на предприятии. // Директор. 1995, №6 - с.24-31
4. Бородин. Маркетинг технологических нововведений: Инновационная научно-техническая фирма. // ЭКО. 1997, №2. - с.100-105.
5. Методы проведения маркетинговых исследований. // Экономист. 1995, №3. - с. 31-42
6. Байдак И. Б. Информация, конечно, стоит дорого, но жизнь без нее еще дороже // Национальная экономическая газета. - 1997, №48.-с. 28.

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ

А. А. Козлов, В. Н. Косач

*Экономический факультет, Брестский политехнический институт,
г. Брест, Республика Беларусь*

При рассмотрении вопросов развития управленческого потенциала возникает задача поискового прогнозирования. Трудности ее решения связаны как с состоянием методологии, так и отсутствием фоновых прогнозов, вследствие сложности экономической ситуации в республике, малой предсказуемости ее развития.

Существующий инструментарий прогнозирования включает формализованные и неформализованные методы, причем экспертный метод является одним из ведущих.

Нами для проведения прогнозного исследования разработан методологический базис, включающий основные стандартные процедуры.

Исследование начинается с разработки программы, включающей определение и уточнение объекта, предмета, проблемы, цели, задачи структуры, рабочих гипотез, методов и организации исследования.

Программа исследования включает развернутую характеристику указанных элементов предпрогнозной ориентации, составляются рабочие документы:

- предварительные контуры исходной модели;
- макет анкеты - интервью для уточнения и конкретизации параметров исходной, поисковой и нормативной прогнозной модели;
- шкалы измерения;

- инструкции для опроса экспертов, кодировщики для обработки материалов;
- перечень показателей уточненной исходной модели;
- описание прогнозного фона;
- рабочие гипотезы поисковой модели;
- обоснование критериев построения нормативной модели и др.

Следующий этап прогнозного исследования - построение исходной (базовой) модели и ее анализ.

После построения исходной модели открывается новый этап - составление предварительного перечня показателей (индикаторов). Это целесообразно сделать с помощью следующих методов (или их совокупности):

- сравнительного анализа аналогичных моделей, имеющихся в литературе;
- контент - анализа тестов, содержащих искомые показатели;
- очного опроса экспертов с той же целью;
- так называемого имитационного опроса с той же целью;
- опроса широкого круга управленческих работников;
- моделирования.

Построение модели прогнозного фона и ее анализ составляют следующий этап исследования.

Социальный прогноз выступает обычно как целевая группировка, где профиль исследования сочетается с фоном. Поэтому исходная модель недействительна, если не сопрягается с аналогичной моделью прогнозного фона. Стандартный прогнозный фон включает 7 разделов: научно-технический, демографический, экономический, социологический, социокультурный, организационно-политический, международный.

В зависимости от целей и предмета эти фоновые прогнозы разрабатываются все или какая-то часть.

Задача прогнозного поиска - не безусловное предсказание, а выявление перспективных проблем, подлежащих решению средствами управления с помощью предсказания возможного и даже необходимого вмешательства.

Этот этап исследования открывается прямой (механической) экстраполяцией динамических рядов исходной модели на период упреждения прогноза с целью создания ориентирующей основы для последующих операций методами трендового моделирования. Полученные данные сводятся в систему первой (основной) поисковой модели прогноза.

В результате всех процедур появляется заключительная поисковая модель прогноза, обычно в виде “дерева целей”, подлежащих решению.

Построение прогноза начинается с определения абсолютного оптимума с условным абстрагированием от ограничений прогнозного фона.

Цель - создать ориентир для последующей нормативной разработки. Средства - широкий аппарат моделирования (“дерево целей”, формирование сценария, матрицы, графы и другие модели).

Далее следует определение относительного оптимума с учетом ограничений прогнозного фона, обсуждение нормативных моделей экспертами, мнение которых может быть существенно дополнено опросом широкого круга руководителей.

Особой задачей является верификация прогноза, т.е. установление степени его соответствия действительному состоянию объекта в прогнозируемом будущем. Уже на заключительных стадиях разработки прогноза возможна и желательна относительная (предварительная) верификация - определение степени его соответствия требованиям современной науки, тенденциям развития экономической практики.

В относительно простых случаях роль верификации играют экспертные опросы. В более сложных случаях требуется специальная процедура. После завершения верификации поисковой и нормативной модели прогноза следует обсуждение полученных результатов, доработка моделей, их окончательная редакция.

Литература.

1. Виханский О.С. Стратегическое управление. М.: МГУ, 1995.
2. Волгин А.П., Матирко В.И. и др. Управление персоналом в условиях рыночной экономики (опыт ФРГ). М.: Дело, 1992.
3. Грейсон Дж., Делл К. Американский менеджмент на пороге XXI века. (пер. с англ. М.: Экономика, 1991).
4. Громова О.Н., Мишин М., Свистунов В.М. Организация управленческого труда. М.: ГАУ, 1993.
5. Иванцевич Д., Лобанов А.А. Человеческие ресурсы управления: основы управления персоналом. М.: Дело, 1993.
6. Исаенко А.Н. Кадры управления в корпорациях США. М.: Наука, 1988.

7. Кибанов А.Я., Захаров Д.К. Формирование системы управления персоналом. М.: ГАУ, 1993.

8. Кибанов А.Я., Захаров Д.К. Организация управления персоналом на предприятии. М.: ГАУ, 1994.

РАЗВИТИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДА К РЫНОЧНЫМ ОТНОШЕНИЯМ

А. А. Козлов

*Экономический факультет, Брестский политехнический институт,
г. Брест, Республика Беларусь*

Переход к рыночным отношениям и к самоуправлению обособленных производителей создают качественно новую ситуацию в экономике Республики Беларусь, при которой значительно меняется роль, функции и требования к кадрам управления промышленными предприятиями.

Само существование предприятий при рыночной конкуренции в значительной степени зависит от качества и уровня квалификации работников управления промышленных предприятий.

Понятие потенциала (производственного, экономического, трудового, кадрового, интеллектуального и т.д.) в последние годы находит широкое применение в экономических науках и многогранно представлено в научных публикациях.

В общем случае “потенциал” используется для характеристики совокупности возможностей, при этом каждый характеризуется определенным набором параметров.

Для “управленческого потенциала” базовыми являются категории “трудовой потенциал” и “кадровый потенциал”. Общим является то, что все они в основе содержат человеческий элемент, процесс живого труда.

Трудовой потенциал как раз и является той категорией, которая помимо характеристики трудовых ресурсов и рабочей силы включает новые качества, что проявляются в личном факторе в процессе реализации его возможностей.

Какое соотношение существует между понятиями “трудовой потенциал” и “кадровый потенциал”.

Поскольку именно кадры работников являются носителем трудовой функции, то правомерно эти понятия рассматривать как синонимы. Од-