

считывать 8 базовых показателей: 1) наличие инновационной инфраструктуры; 2) состояние информационного обеспечения; 3) объем инвестиций в модернизацию оборудования и степень его износа; 4) средне-взвешенные сроки службы производственного оборудования; 5) доля экспорта в объеме продукции; 6) объем продукции, произведенной по высоким и новым технологиям в суммарном объеме производства; 7) доля новой продукции в суммарном объеме производства; 8) рентабельность продаж. Показатели №1,2,3,4 характеризуют затраты предприятия на поддержание и улучшение своего технического уровня, а показатели №5,6,7,8 позволяют оценить возможный результат от данных мероприятий. Результаты данного мониторинга также позволяют выявить динамику инновационной деятельности по области в целом на основе данных отдельных предприятий, сравнить показатели предприятий с аналогичными показателями предприятий страны и области, учитывать инновационную активность предприятия, вне зависимости от его масштаба.

Необходимость такого мониторинга обусловлена тем, что статистическая отчетность не в полной мере отражает научно-техническое развитие региона и его составляющие. Таким образом, возникает необходимость систематического отслеживания динамики основных показателей научно-технического развития региона. При этом необходима организационная структура, которая на основании мониторинга могла выступать в качестве регулятора текущего управления научно-техническим развитием области, т.е. разрабатывать проекты альтернативных решений в соответствии с изменением внешней и внутренней среды региона.

#### Литература

1. Статистический ежегодник Гродненской области. Главный вычислительный центр: Минск, 2004. с.403

## **ВЗАИМОСВЯЗЬ ПЛАНИРОВАНИЯ, МАРКЕТИНГА, ОЦЕНКИ, ЛИЗИНГА И КОНТРОЛЛИНГА ПЕРСОНАЛА**

Д.Л. Коржицкий

*Белорусский национальный технический университет, г. Минск, Республика Беларусь*

Применение понятия лизинга к персоналу стало возможно в результате введения понятия человеческого капитала. Под человеческим капиталом понимают знания, умения и навыки человека, способствующие повышению его производительной силы, а, следовательно, и заработков. Следовательно, современное производство представляет собой взаимодействие человеческого и физического капиталов. Удовлетворение потребностей в персонале осуществляется посредством дополнительного обучения последнего, принятия на работу специалистов определенного профиля, либо же она может предполагать лизинг персонала, который рассматривается как форма временного или срочного привлечения персонала со стороны, когда компания – лизингодатель предоставляет необходимым работодателю (лизингополучателю) специалистов на определенный срок [4].

Маркетинг персонала можно рассматривать как вид деятельности, позволяющей оценивать состояние рынка труда, тенденции его изменения и принимать обоснованные управленческие решения в сфере найма, содействия занятости и эффективного использования человеческого капитала [3].

Оценку персонала, как правило, ассоциируют с оценкой кадрового потенциала предприятия, под которым понимают совокупность способностей и возможностей кадров обеспечивать эффективное функционирование организации [2]. Для оценки кадрового потенциала используют как индивидуальные характеристики отдельных работников, включая профессионально-личностные качества и пр., так и групповые, характеризующие способность нескольких работников при определенных условиях разделения и кооперации труда с учетом других организационно-технологических факторов выполнять поставленные перед ними задачи.

Контроллинг персонала - концепция управления персоналом, интегрированная с ориентированным на качественный анализ контроллингом экономического и социального компонентов эффективности [2]. Основными функциями контроллинга персонала являются:

- анализ использования персонала и достигнутых за счет этого результатов;
- координация планирования персонала с другими сферами планирования;
- создание и поддержание целеориентированной интегрированной базы данных по персоналу.

Взаимосвязь между рассмотренными видами деятельности реализуется при планировании персонала предприятий, которое состоит из определения потребности, набора и высвобождения, использования, развития рабочей силы, а также затрат на ее формирование и оценки человеческого фактора производственной системы [1].

В результате проведения маркетинговых исследований собирается информация о состоянии рынка труда в отрасли, которая используется для планирования затрат на персонал, набора и потребности в нем.

С помощью оценки персонала выявляются: недостатки в профессиональной подготовке работников, что используется для разработки направлений для развития персонала; степень реализации поставленных перед персоналом задач, на основании чего можно определить размер влияния человеческого фактора на эффективность работы производственной системы; выявляются как профессионально-личностные качества отдельных работников, так и коллектива в целом, что можно использовать для определения качественной потребности в персонале; недостатки в работе отдельных структурных подразделений предприятия, что может использоваться для перераспределения сотрудников по рабочим местам и внесения корректировок в планы использования персонала; обоснованность фактически произведенных расходов, связан-

ных с использованием рабочей силы, что использования для анализа затрат на персонал.

Контроллинг персонала позволяет обеспечить координацию функционирования между отдельными элементами планирования персонала, а также обеспечить связь между последним и другими видами планирования на предприятии.

Литература.

1. Коржицкий Д.Л. Определение количественной потребности автотранспортных предприятий в рабочей силе: Белорус. нац. техн. универс. – Минск, 2004. – 18с. – Деп. в ВИНТИ 27.07. 2004г. - № 1318 – В2004 // РЖ : Экономика, 2004. С. 65 – 83.

2. Одегов Ю.Г., Никонова Т.В. Аудит и контроллинг персонала: Учеб. пособие.– изд. перераб. и доп.– М.: Издательство «Экзамен», 2004.– 544с.

3. Томилов В.В., Семеркова Л.Н. Маркетинг рабочей силы– М.:ИНФРА-М, 2001.– 84с.

4. Управление персоналом: современная российская практика / С.К. Мордовин.– СПб.: Питер, 2003.– 288 с.

## **УЧАСТИЕ И РОЛЬ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЯ.**

С.Ф. Куган, А.П. Радчук

*УО «Брестский государственный технический университет»,  
Республика Беларусь*

В последние годы двадцатого века начали стремительно развиваться рыночные отношения на территории бывшего СССР. Массовый рынок разделился на множество минирынков, которые более мобильны и быстрее реагируют на изменения конъюнктуры.

Одним из основных условий существования предприятия (фирмы) на рынке становится не только доходность предприятия (т.е. получение прибыли), но и привлекательность того, что выпускает это предприятие. Но как оказаться на высоте, если вокруг конкуренты? Ведь сегодня те, кто быстро выводит свою продукцию на рынок, побеждает более медлительных. Сегодняшние покупатели хотят получать продукцию более высокого качества, но по низкой цене. Сотрудники хотят получать достойную плату за свой труд, инвесторам нужна отдача от инвестиций, а акционеры рассчитывают на дивиденды. В этой ситуации руководитель вынужден организовать функционирование бизнеса так, чтобы предприятие твёрдо стояло на ногах и не уступало завоёванных позиций конкурентам по рынку. В этом заинтересованы и инвесторы, и акционеры, и сотрудники предприятия. А для того, чтобы быть на шаг впереди конкурентов, необходимо считать, анализировать, своевременно выявлять и исправлять свои ошибки, т.е. обладать чёткой стратегией на обозримое будущее.

В свою очередь, полноценная информационно-аналитическая поддержка управленческих систем невозможна без применения комплекс-