

УДК 001.895.621

ПОДГОТОВКА СПЕЦИАЛИСТОВ, ОБЛАДАЮЩИХ НОВЫМ МЫШЛЕНИЕМ – ОСТРЕЙШАЯ ПРОБЛЕМА ВРЕМЕНИ

Браташевский А.Ю. канд. техн. наук, Крюк А.Г. канд. техн. наук,
Дудко П.Д. канд. техн. наук

(г. Харьков, Украина)

The ground for preparing the managers and market-research specialists that possess the special technological knowledge and a new way of thinking is given here.

Развитие производства, в условиях перехода к рыночной экономике, возможно на основе инновационных подходов, которые должны обеспечить специалисты, владеющие технологическими знаниями и новым мышлением. В данном случае под технологией подразумевается совокупность приемов и способов обработки и переработки сред и, в первую очередь, информационной среды.

Подготовка специалистов обладающих новым мышлением особенно актуально в области менеджмента. Подтверждением этого является то, что менеджеров в настоящее время готовят не только экономические но и технические вузы стремясь устранить дефицит специалистов в этой области.

В современных условиях на менеджмент как систему принципов, методов и средств управления производством с целью повышения его эффективности и увеличения прибыли любого предприятия оказывает влияние множество факторов, которые делятся на две большие группы - внешние и внутренние. Наиболее значимыми среди внутренних факторов являются такие, как люди и технология. Одна из задач менеджмента заключается в соединении этих двух факторов в единое целое - производственную систему, эффективность которой необходимо непрерывно повышать.

Эффективное использование и развитие технологии требует учета многих других внутренних факторов менеджмента, и среди них, в первую очередь, результатов маркетинговых исследований. Необходимо учитывать требования потребителей и вытекающие из этого характеристики изделия, обеспечивающие его спрос на рынке, а значит, и получение значительной прибыли.

При конструировании изделия необходимо учитывать требуемый уровень качества, причём этот уровень, с одной стороны, должен полностью удовлетворять потребителя, а с другой - обеспечивать

достаточно низкую себестоимость продукции эффективное использование имеющихся на предприятии ресурсов. Это значит, что при конструировании необходимо учитывать квалификацию кадров, работающих на предприятии, возможность и целесообразность использования уже опробованного сырья и материалов, постоянство связей с надёжными поставщиками, а также наиболее полное использование производственных мощностей предприятия, каждой группы его оборудования.

В свою очередь технологи, разрабатывая технологию изготовления изделия, должны в максимально возможной степени обеспечить экономию сырья, материалов и трудовых ресурсов, наиболее полное использование оборудования.

При разработке технологии необходимо также предусмотреть резервы, позволяющие в кратчайшие сроки либо резко увеличить выпуск изделий (иногда в два и более раз), либо сократить их выпуск и расширить производство других изделий, выпускаемых параллельно.

Такие требования к конструированию изделия и технологии его изготовления характерны для рыночной экономики и вынуждают разрабатывать несколько альтернативных вариантов с тем, чтобы, учитывая текущее положение на рынке, выбирать наиболее эффективный вариант и при необходимости переходить на другой - запасной.

Технология оказывает большое влияние на экономическую устойчивость предприятия, на прочность его позиций на рынке. Это влияние требует от руководителей фирм и их подразделений повседневного внимания к проблемам конструирования и технологий. Несмотря на это в рыночных условиях технический и технологический факторы несколько отодвигаются под воздействием других - экономических, финансовых, организационных.

Главная цель любой фирмы в условиях рыночной экономики - прибыль. В соответствии с этой целью руководителями фирм (менеджерами) в большинстве случаев являются люди с подготовкой в области менеджмента, экономики, финансов, иногда и с юридическим образованием.

Готовя инженеров-экономистов (фактически менеджеров) для плановой экономики вузы давали им хорошую техническую и технологическую подготовку. В условиях рыночной экономики такая подготовка должна была бы быть усилена, поскольку менеджеру в рыночной системе отводятся более ответственные должности и он часто должен сам решать многие технические и технологические вопросы без привлечения специалистов. Поэтому в учебных планах

подготовки менеджеров значителен удельный вес технических дисциплин.

В условиях рыночной экономики техническая подготовка менеджеров должна стать более универсальной, так как теперь менеджер готовится для работы не в одной отрасли (например, машиностроении), а во всех производственных или непроизводственных отраслях.

Рыночная экономика не позволяет готовить узконаправленного специалиста. По окончании обучения менеджер попадает на рынок труда, и чем более он универсален, тем больше шансов у него получить работу.

Таким образом, при подготовке менеджеров приходится, с одной стороны, учитывать необходимость достаточно хорошо знать технику и технологию отрасли, где он будет работать, а с другой - подготовить специалиста - универсала конкурентоспособного на рынке труда.

При решении этой задачи необходимо учитывать особенность того или иного региона и универсальность определенной отрасли. Так, основу промышленности Харьковского и прилегающих к нему регионов составляет машиностроение. Кроме того, структура машиностроительных предприятий универсальна. Она включает металлургические и химические цехи.

Организация производства, в известной степени, технология машиностроения довольно близки к таким крупным отраслям, как легкая и пищевая промышленность. Поэтому при технологической подготовке менеджеров в производственной сфере в Харьковском регионе за основу целесообразно взять машиностроительную отрасль.

Введенное вновь обязательное распределение выпускников вузов, обучающихся за счет госбюджета, позволяет уточнить отрасли производства, для которых необходимо готовить менеджеров.

Хорошо подготовленный в области технологии менеджер будет успешно решать проблемы увеличения прибыли своего предприятия.

В заключение следует отметить, что высокоразвитые зарубежные страны в последние годы все большее внимание уделяют заключительной стадии инновационного процесса, то есть маркетингу, правомерно считая что коммерческая реализуемость изделий или услуг является важнейшим вопросом в рыночной экономике, а отсюда становится особенно актуальной задача подготовки и переподготовки специалистов маркетологов.