

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ

Обеспечение выпуска высококачественной и конкурентоспособной продукции во всем мире рассматривается как важная проблема национальной экономики, от которой зависят темпы промышленного развития страны и ее престиж на мировом рынке.

Все это требует новых подходов к управлению и организации производства, мотивации труда, подходов, которые позволили бы успешно решать, казалось бы, взаимоисключающие задачи. Важное значение в решении стоящих перед предприятием задач имеет совершенствование системы материального стимулирования руководящих работников и специалистов, которые вырабатывают политику предприятия, экономические стратегии его развития и участвуют в их реализации.

Систему премирования предлагается совершенствовать с учетом: а) финансовых результатов работы предприятия; б) результатов природоохранной деятельности.

В условиях перехода на рыночные условия хозяйствования, развития конкуренции, ужесточения экологического законодательства и повышения экологического сознания покупателей требуется разработка концепции экологического маркетинга.

С целью создания материальной заинтересованности во внедрении экологических методов управления и повышения конкурентных преимуществ производства предлагается совершенствовать систему премирования руководящих работников и специалистов предприятия с учетом результатов природоохранной деятельности на основе следующих принципов: 1) премии должны служить стимулом для достижения и улучшения экологических целей и задач; 2) оценка работы персонала производится на основе системы показателей, объективно отражающих экологические результаты его деятельности; 3) размер премиальных выплат зависит от выполнения экологических показателей; 4) система поощрения исключает возможность компенсации низкоквалифицированной работы по достижению экологических целей за счет высокоэффективной работы по достижению экономических показателей и наоборот.

Предлагаемая система премирования будет способствовать созданию материальной заинтересованности работников во внедрении методов и приемов экологического менеджмента, что позволит как минимизировать текущие затраты на производство продукции, так и снизить негативное воздействие на окружающую среду. Кроме того, она предоставит белорусским предприятиям возможность получения сертификата на соответствие требованиям международных стандартов ИСО 14000, что в свою очередь будет способствовать повышению конкурен-

тоспособности отечественных товаров как на внутреннем, так и на внешнем рынках.

М.И. Пузыревская
БГЭУ (Минск)

КРЕАТИВНЫЙ И ЭВРИСТИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ — ШАГ К ЭФФЕКТИВНОМУ УПРАВЛЕНИЮ

Расширение инициативы персонала, вовлечение его в корпоративные процессы являются актуальными для любого белорусского предприятия. На конкурентоспособность и эффективность организации наравне с технико-технологическими и маркетинговыми факторами оказывает влияние и креативный менеджмент, который заставляет работать систему с большей отдачей и экономией ресурсов.

Креативный и эвристический менеджмент — это подходы, которые определяют инициативу, интеллектуальный потенциал персонала для развития организации. Они тесно связаны с инновационным менеджментом, оперирующим с интеллектуальными продуктами как системой. Креативный и эвристический менеджмент рассматривают как сложное структурное образование и связанное с ним создание новой системы знаний, умений и навыков.

Креативный менеджмент касается проблем управления коллективом, причем таких, которые относятся к неподдающимся четкой формализации предметным областям и подчиняются подвижным, « дрейфующим » критериям целеполагания. Отличие эвристического менеджмента от креативного в том, что в его « ведении » — управление личностью и ее самоуправление. В креативном менеджменте создаваемый интеллектуальный продукт не может быть однозначно приписан отдельной личности, а является результатом деятельности коллектива.

Эвристический же менеджмент связан с индивидуальным целеполаганием и управлением деятельностью личности как решающего участника сотворения интеллектуального продукта, основой для которого является исходная информация, необходимая для лиц, принимающих решения.

Особая сложность данной проблемы состоит в том, что нужно, с одной стороны, перерабатывать огромный массив исходной информации; с другой, — учитывать специфику лиц, принимающих решения. В то же время релевантная информация должна быть результатом мобилизации всех резервов персонала, причастного к процессу и строиться на полном использовании его творческого потенциала. Способы и формы выявления и лучшего применения потенциала личности, участвующей в процессе создания интеллектуального продукта, — сфера эвристического менеджмента.

Совершенствование управления творческим потенциалом личности и коллектива предполагает в современных условиях решение ряда за-