

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

*М.И. Пузыревская*  
БГУ (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-

дач: развитие творческого потенциала; сокращение количества формализованных процедур; оптимизация размера и автоматизация первичной рабочей группы; толерантность; достижение оптимизации усилий и ресурсовложений, направляемых на совершенствование деятельности специалистов. Креативный менеджмент — это подход, который воспитывает в персонале корпоративный дух, инициативу, заставляет искать новые подходы, решения, подчеркивает потенциал работника и веру в его возможности.

*И.Н. Рудницкая*  
БТЭУ (Гомель)

## **МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ**

Все организации стараются осуществлять реализацию продукции с немедленной ее оплатой, но условия конкуренции вынуждают соглашаться на отсрочку платежей, в результате чего появляется дебиторская задолженность. По сути дебиторская задолженность представляет собой иммобилизацию, т.е. отвлечение из хозяйственного оборота собственных оборотных средств предприятия. Этот процесс сопровождается косвенными потерями дохода предприятия, поскольку:

а) чем длительней период погашения дебиторской задолженности, тем меньший доход от средств, вложенных в нее;

б) в условиях инфляции возвращаемые должниками денежные средства в известной степени обесцениваются;

в) дебиторская задолженность — один из активов предприятия, для финансирования которого нужен соответствующий источник. Вот почему очень важно правильно организовать на предприятии работу по управлению дебиторской задолженностью.

Управление дебиторской задолженностью проявляется в выработке политики скидок и кредитования клиентов, выборе путей ускорения поступлений и сокращения суммы «плохих» долгов, определении условий реализации товара, гарантирующих получение оплаты.

Основным моментом в управлении дебиторской задолженностью является выработка условий кредитования. Продажа товаров, работ, услуг в кредит позволяет увеличивать объем продаж, но при этом увеличивает объем дебиторской задолженности и риск неплатежей. Жесткие условия кредитования сокращают объем дебиторской задолженности и убытки от «плохих» долгов, но одновременно уменьшают объемы продаж и получаемых доходов, поскольку отпугивают клиентов.

Существует множество путей, позволяющих максимизировать прибыль и свести к минимуму убытки при работе с дебиторской задолженностью.