

Между тем за рубежом уже многие десятилетия успешно функционирует институт "персональных кураторов", в роли которых выступают практически все руководители среднего и высшего звена. Необходимость личного участия в процессе подготовки кандидатов в состав резерва на выдвижение в большинстве случаев зафиксирована в качестве одной из прямых должностных обязанностей этих руководителей. Сам же процесс руководства деятельностью обучаемого со стороны персонального куратора четко регламентирован.

Практика персонального менеджмента показывает, что именно в сфере управления передача личного опыта руководства конкретными подразделениями или процессами имеет особую ценность и не может быть полноценно заменена любыми формами теоретической подготовки.

Для формирования подобного института в организации должны быть созданы следующие организационные предпосылки:

- подготовка специального внутреннего регламента или самостоятельного раздела сводного документа по вопросам персонального менеджмента;
- внесение необходимых дополнений в должностные инструкции соответствующих категорий руководителей;
- разработка целевой программы повышения квалификации руководителей, учитывающей необходимость освоения ими новых профессиональных знаний.

Таким образом, введение института "персонального куратора" может служить средством оптимизации перемещения руководящих кадров.

С.С. Трукшанина

БГЭУ (Минск)

ОБЕСПЕЧЕНИЕ КАЧЕСТВА ДЕТСКОЙ ОДЕЖДЫ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПЕЦИАЛИСТОВ ТОРГОВЛИ

В Республике Беларусь проблеме качества выпускаемой продукции уделяется значительное внимание на уровне не только отдельных предприятий, но и государства в целом. Ее решение ведется по ряду направлений: разработаны и реализуются Государственная программа "Качество", а в рамках ее — отраслевые программы "Качество"; разрабатываются и внедряются в практику ряд законодательных актов, регулирующих отношения физических и юридических лиц по вопросам качества; действует национальная система сертификации, которая позволяет оперативно представлять информацию о государственных и международных стандартах, применение которых способствует повышению качества производимой в республике продукции, повышению экспортных возможностей белорусских производителей.

В обеспечении качества детской одежды необходимо учитывать следующие особенности: психофизиологическое развития детей; пропорциональные особенности их фигур; правильный выбор мест членения поверхности изделия и количества слоев материалов на различных участках узлов и деталей; антропометрическое соответствие одежды размеру, форме тела, пропорциям, характеру выполняемых движений; повышенное внимание гигиеническим показателям, а также безопасности и безвредности применяемых в производстве материалов.

Одной из важных возможностей обеспечения качества товаров в торговле является использование положений по договорам поставки. Проведенный анализ 27 договоров поставки выявил, что в них в полной мере (100 %) учитываются всего 4—5 ассортиментно-качественных характеристик из 13 возможных. Это — качество, условия и порядок поставки, оплаты, цена, ответственность сторон. Недостаточно фиксируются такие важные характеристики, как маркировка (75,6 %), упаковка (71,4), порядок возврата некачественных товаров (64,3), приложенный к договору сертификат соответствия или удостоверение о гигиенической регистрации (28,6 %).

Результаты проведенного социологического исследования показали, что потребители предпочитают приобретать детскую одежду отечественного производства (83 %). При этом руководствуются такими критериями, как цена — 54 %, качество — 66, производитель (причем для этих потребителей критерий "производитель" ассоциируется с определенным качеством товара) — 35, другие критерии — в частности, состав материала, его цвет, удобство в эксплуатации — 39 %. По мнению потребителей, при производстве наиболее важными требованиями, которым должна соответствовать выпускаемая детская одежда, являются гигиенические, антропометрические и функциональные.

Работники торговли, постоянно сталкиваясь с претензиями и пожеланиями потребителей, владеют информацией, актуальной и ценной, которую могут использовать производственные предприятия при разработке и совершенствовании конструкций и изготовлении новых коллекций одежды. Это реализуется через участие работников торговли в художественно-технических советах предприятий-изготовителей. Однако такая возможность используется неполно.

Е.П. Ясенович

БГЭУ (Минск)

□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□
АНАЛИЗ МОТИВАЦИИ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
СТУДЕНТОВ ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА
□□□□□□□□□□. □□□□□□□□□□.

С целью выявления мотивов учебно-познавательной деятельности студентов было проведено исследование, в котором приняло участие 60