

До 50 % коммуникаций в офисах носит невербальный характер. Это означает, что половина информации передается в форме, не поддающейся автоматизации. Следовательно, для офиса нужны средства, помогающие расширить возможности коммуникаций. Для исследования этой проблемы нужны не только специалисты по ЭВМ, программисты, но лингвисты, психологи и социологи.

Рассматривая офис как социотехническую систему, можно утверждать, что конечные результаты работы любой организации зависят не только от взаимосвязанной работы, но и от взаимоотношений между людьми, их ценностями, ориентирами.

По степени грамотности организации офисного дела можно, как ни странно, судить и о развитии национальной экономики в целом. Таким образом, как по уровню технологии производства судят об эффективности экономики.

Сегодня организация офисного пространства эффективнейший инструмент менеджмента. Мелочей здесь быть не может. Все должно быть подчинено выверенным нормам и правилам.

А.В. Бабанский, В.Б. Зубик
Белорусский государственный экономический университет

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СИСТЕМЫ “KAIZEN” В МЕНЕДЖМЕНТЕ КАЧЕСТВА ПРЕДПРИЯТИЯ

В последние годы, после того, как в восьмидесятые годы из Японии на Запад пришло множество новых методов менеджмента и организации производства, у нас началось осмысление собственных сильных сторон. С распадом СССР рост производства из-за разрыва экономических связей и других причин внезапно прекратился и началась депрессия. Это заставило наконец предприятия искать новые пути снижения издержек, улучшения качества и ускорения производственных циклов. Эта рационализация производственных и хозяйственных процессов приводит в ряде случаев однако к сокращению потребности в рабочей силе.

В зарубежной и отечественной практике большое внимание уделяется инновациям. Идеи и изобретения приводят к возникновению товаров рыночной новизны, а иногда и к созданию новых фирм. Успех при этом персонафицируется, т.е. премии, поощрения, повышения зарплаты выплачиваются строго индивидуально. Первые попытки переосмыслить это положение появились в 80-х годах на Западе, а ранее в Японии с введением кружков качества. В данном случае целенаправленно стимулируется именно групповая работа и вознаграждение направлено на группу в целом.

Японская система Kaizen, широко используемая в США, Германии и других странах Запада, представляет собой процесс постоянного, никогда не прерывающегося улучшения посредством множества мелких шагов, который чаще всего нельзя свести к сумме индивидуальных достижений. Успех достигается группой, а не отдельным работником. В этом смысле Kaizen не соответствует обычным представлениям об успехе.

Разработка таких программ по непрерывному улучшению процессов на предприятии очень важна, так как экономическая ситуация оказывает одинаковое давление как на отдельного человека, так и на группу (предприятие): в первом случае – это сохранение рабочего места, во втором – конкурентоспособности. И то, и другое может быть достигнуто лишь за счет совместных усилий, т.е. как метод совместного поиска идей в рамках определенных целей и времени и их совместной реализации.

Качество продукции и издержки производства изменяются пропорционально производительности. Поэтому решающим фактором конкурентоспособности является систематический поиск и внедрение улучшений. Они должны быть ориентированы по срокам и вовлекать всех сотрудников.

Существующие системы управления качеством сдерживают работника от того, чтобы предлагать идеи, выходящие за рамки его компетенции. Если идея принималась и реализовывалась, ее автор в лучшем случае получал определенный процент от размера экономии, полученный в первый год. Такая система широко использовалась и приносила экономию, но не идеи, необходимые для осуществления основополагающих изменений, от которых зависит выживание в будущем.

В соответствии с изложенными подходами на АО «Кровля» разрабатывается Kaizen-стратегия. Одним из важнейших ее элементов стало организационное развитие обособленных малых производственных единиц. На эти группы будет возложена ответственность за качество и количество. Они должны стать основным средством привлечения каждого сотрудника к выработке идей. Ведь ожидать предложений от сотрудника в рамках его сферы деятельности можно только в том случае, если он осознает, что происходит вокруг, и свою роль в этом. Все руководство и сотрудники должны понимать, в чем заключаются проблемы и какие изменения необходимы, чтобы сохранить (и увеличить) долю рынка и, тем самым, свои рабочие места. Подобное осознание собственного положения в условиях перехода к рынку является одним из важнейших элементов создания рабочей среды, которая способствовала бы возникновению идей по улучшениям.

При этом для объединения сотрудников и сбора идей наряду с коммуникацией и установлением целей необходима разработка системы отбора идей и их осуществления. Такая система в настоящее время создается на АО «Кровля» при поддержке консультантов с кафедры организации и управления БГЭУ.

Важно отметить, что болезненное давление рыночных отношений на отрасль стройматериалов очень сильно. Наряду с классическими конкурентными факторами, такими как цена, качество и сервис, все большую роль начинают играть факторы времени и скорости инноваций. Поэтому следующей этап совместной работы АО «Кровля» и БГЭУ будет посвящен отработке такой модели, цель которой состоит в синхронной оптимизации всей цепочки создания добавленной стоимости, от поставщика до торговца. Наряду с параллельным осуществлением отдельных процессов по улучшению и ускорением тем самым общего процесса, здесь учитывается взаимозависимость всех этапов создания добавочной стоимости. Двухразмерный характер такой модели позволит за счет улучшения одного этапа создать условия для улучшения другого, где снова должны быть осуществлены соответствующие изменения в рамках активного маркетинга.

Таким образом, для долгосрочного роста производства в республике необходимы не только инвестиции и инновации, но и внедрение систем непрерывного улучшения типа Kaizen.

И.И. Гассиева, Н.В. Молочко, И.Э. Федотова
Белорусский государственный экономический университет

НОВОЕ ПОКОЛЕНИЕ УЧЕБНИКОВ РУССКОГО ЯЗЫКА КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПОДГОТОВКИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ КАДРОВ ДЛЯ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН

Необходимость учебного пособия по научному стилю речи, максимально приближенного к потребностям учебного процесса, ориентированного на будущую специальность (экономика) и рассчитанного на начальный