

А.Л. Дрозд, Р.А. Дрозд, К.В. Абатурова

Применение творческого подхода в организации рабочего процесса предприятий

В настоящее время мы живем в таком мире, где многообразие предложенных товаров и услуг зашкаливает до невероятных высот. Один и тот же товар могут предлагать разные компании, и у каждой компании будут совершенно разные технологии сбыта и разный доход от одного и того же товара. Для того чтобы сделать свой продукт конкурентоспособным, компании применяют различные творческие подходы к его продвижению.¹

Каждая коммерческая компания во главу своих целей ставит получение прибыли, а то как она это делает, называется тактикой компании. Каждая компания имеет свой жизненный цикл от ее формирования и начала рода деятельности до прекращения жизни компании. Чтобы обеспечить существование компании, нужно организовать сбыт товаров или услуг. Это представляет собой очень трудоемкий и занимательный процесс, требующий не только холодного расчета, но и творческого подхода. Организация рабочего процесса компании начинается с блока построение компании, в который входит определение рода деятельности компании - это то, чем компания будет заниматься, и то от чего будет приходить прибыль. Вторым пунктом в

¹ Коваленко А. И. Теоретические и методологические аспекты использования концепции конкурентоспособности в научных исследованиях // Теоретическая конкуренция. –2013. – № 6. – С. 72.

этом блоке будет оценка возможности всех инвесторов и совладельцев компании. При оценке возможностей, определяется на какой уровень и какими средствами можно распоряжаться для обеспечения жизни и продвижения компании. Следующим, не менее важным, пунктом будет определение целевой аудитории и портрета клиента. Очень важно понимать своего клиента и четко представлять, кто он и чем занимается, потому что благодаря этому формируется продукт под его потребности и тем самым обеспечиваем сбыт товаров и услуг. Необходимо привлечь внимание и заинтересовать потребителя, поэтому для этой цели используются маркетинговые инструменты, обладающие большой творческой составляющей.

Чтобы фирма была конкурентно-способной, необходимо провести анализ конкурентов, занимающихся похожим родом деятельности. Если не проводить такой анализ, то можно потерять большую часть клиентов из-за незнания новых технологий, которые применяют конкуренты. В свою очередь, зная методы которыми пользуются другие компании, появляется возможность усовершенствовать предлагаемые услуги или товары. Все вышесказанное рассмотрим на примере компании «Ред Булл», когда они выпустили свой самый первый продукт - энергетический напиток. Команда, которая отвечала за маркетинг компании, решила познакомить потребителей с новинкой и пустить в массовое пользование данный напиток с помощью бесплатных дегустаций, которые актуальны и по сей день, но изменили свои дислокации. Этот напиток очень быстро стал популярным, и компании-конкуренты, которые пожелали сохранить своих покупателей и увеличить объем продаж, выпустили аналогичные энергетические напитки. Все эти действия стали возможны благодаря творческому подходу к продвижению продукции.

Для владельцев компании грамотная организация рабочего процесса является большим положительным фактором для быстрого выявления недочетов компании и устранения их. В рабочем процессе очень важно отсутствие прокрастинации, потому что если сотрудники или начальство будут намеренно задерживать намеченный план действий при осознании, что это будет сказываться на эффективности работы всей компании, то результат деятельности всей компании будет очень невелик, и компания не будет расти.¹

Не менее важным фактором служит организация логистики поставки товаров и всего необходимого для обеспечения готовой продукции.² А так же доставки этой готовой продукции до конечного клиента. Под термином

¹ Задорожный В. Н., Крутько И. С., Сиротинская Т. Н. Взаимосвязь представлений о безопасности организации и ее конкурентного преимущества // Человеческий капитал. – 2013. – No 11. – С. 157–160.

² Филип Котлер, Роланд Бергер, Нильс Бикхофф. Стратегический менеджмент по Котлеру. Лучшие приемы и методы = The Quintessence of Strategic Management: What You Really Need to Know to Survive in Business. — М.: Альпина Паблишер, 2012. — 144 с.

логистика понимают процесс планирования и организации, контроля организации и управление материальными потоками, движение связанных с ними информации и финансов для достижения полного удовлетворения потребительского спроса. Данное понятие приводится в книге V. S. Lukinskiy «Models and methods of logistic theory». Доставка продукта до клиента это очень важный момент, который требует к себе внимания, так как это контакт с клиентом, который оставит отпечаток на его представлении о компании в целом. Исходя из этого представления сформировавшееся мнение клиента может отразиться как положительно, так и негативно на всей компании, потому что от этого зависит -станет ли данный клиент постоянным и будет рекомендовать продукт или услугу другим людям, или же будет отговаривать всех от покупки.

После того, как в компании организован рабочий процесс, следует задуматься об организации постоянного и большого потока клиентов. Очень важно обеспечивать компании постоянный поток клиентов, так как иначе деятельность не будет приносить прибыль, а следовательно, не имеет смысла существовать компании.¹

Привлечение клиентов может производиться как в он-лайн режиме, так и в офф-лайн. Если компания существует только на просторах интернета, то сбыт товаров и услуг производится он-лайн. Можно выбрать несколько он-лайн путей сбыта товара или услуги, а это - создание веб-сайта, сообщество в социальных сетях, или же есть вариант арендовать площадки на соответствующих сайтах, где есть возможность реализовывать продукцию. Очень важно понимать целевую аудиторию и где она может искать товары. Если товары и услуги реализуются офф-лайн, то продажи осуществляются через магазин или арендованные площадки в существующих магазинах других владельцев.²

Очень важно при аналитике понимание, в каких сферах существуют некоторые проблемы. Это помогает исправить недочеты и слабые места компании и увеличить сбыт товаров до необходимой величины. На конкретном примере с помощью проводимой аналитики можно понять, есть ли у какие-либо проблемы в отделе продаж.³

¹ Оруч Т. А., Скорниченко Н. Н. Экономическое обеспечение конкурентоспособности предприятия за счет повышения уровня конкурентоспособности продукции на рынке // Научное обозрение. – 2012. – № 6. – С. 457–462.

² Майкл Портер. Конкурентное преимущество. Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость = Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. — М.: Альпина Паблишер, 2008. — 720 с

³ Ермолова О. В., Кирсанов В. В. Оценка конкурентоспособности АПК в условиях глобальной интеграции // Научное обозрение. – 2014. – № 4. – С. 246–252.

На протяжении всего времени существования компании очень важно производить аналитику и применять творческий подход во всех аспектах деятельности, так как это помогает давать четкую оценку деятельности и устранять проблему на производстве или в сфере сбыта товаров.

Средством повышения эффективности сбыта товаров может служить программа лояльности и бонусы для покупателей. Так как это может быть сильным конкурентным преимуществом для покупателей. Покупатели всегда выбирают покупку товара, там где есть бонусы при покупке или есть гарантийные обязательства. Это достаточно сильно увеличивает число покупаемых товаров и услуг, так как это связано с тем, что покупатель получает за ту же стоимость больше благ, чем у конкурента, следовательно, покупатель выбирает вашу компанию для покупки и использования услуги. Это так же является проявлением творческого подхода к продвижению товаров и услуг.

Подводя итог можно с уверенностью сказать, что применение творческого подхода к организации рабочего процесса компании позволит увеличить ее конкурентное преимущество, грамотно и эффективно наладить работу компании во всех направлениях, а также привлечь большее количество потребителей.

А.Л. Дрозд

Реконструкция человека в контексте проблем научного творчества

В широком понимании творчество - это присущая человеку, как представителю биологического вида (*Homo sapiens*) способность творить – создавать материальные и духовные ценности, в которых воплощаются его знания и понимание возможностей того материала, который выступает объектом преобразовательной деятельности. В этом аспекте весьма актуальной является проблема, когда сам человек является объектом этой самой преобразовательной деятельности.

До сих пор сохраняется мнение, что сформировавшийся около 100 тысяч лет назад антропологический тип современного *Homo sapiens* почти не изменился в своей естественно-природной организации и будет оставаться в таком состоянии и далее. Отсюда в основной массе специальных и философских исследований не обращалось внимания на возможность каким-то образом реконструировать созданную природой его естественную (биологическую) природу. Однако идея о реконструкции организма человека не выглядит уж столь беспочвенной, чтобы не представить ее в качестве заслуживающей внимания.

Использование термина «реконструкция» применительно к преобразованию морфо-физиологической организации человека посредством искусственной технологии может вызвать, по крайней мере, недоумение. В отличие от вольного употребления словесных выражений в художественных