

В Беларуси одним из «продающих» ароматов является аромат свежей скошенной травы, напоминающий о скошенной лужайке возле дома, сочетающий в себе свежесть сочной зелени и тонкий цветочный шлейф. Стоит отметить, что в Америке этот аромат использовать нельзя, так как в сознании среднестатистического американца он связан с «трудовой повинностью» по скосу травы вокруг дома, нагоняя тоску и утомление.

Применение аромамаркетинга способствует росту продаж продукции на 30%, увеличению длительности пребывания в магазине на 15-20%, повышению чистоты и свежести магазина на 25%, увеличению спроса на предоставляемые услуги и товары на 10-25%. Клиент в ароматизированных торговых помещениях становится лояльнее к бренду на 20-25%, а ассортимент для него становится на 45% привлекательнее. Использование аромамаркетинга на рабочих местах повышает эффективность труда рабочего персонала на 35-55%.

Сегодня популярность аромамаркетинга набирает обороты и в Беларуси. На данный момент его использование дает исключительное конкурентное преимущество белорусским компаниям в силу того, что еще не является массовым явлением и пока потребителю интересно. В ближайшем будущем популярность аромамаркетинга будет возрастать и достигнет пика с большей долей вероятности через 3-5 лет. В этот период его применение позволит компаниям обрести конкурентное преимущество. Через 5 лет использование таких технологий станет нормой для известных компаний.

УДК 517.98

Студ. В.А. Ивашкевич, В.А. Дергай
Науч. рук. ст. преп., А.А. Пузыревская
(кафедра экономической теории и маркетинга, БГТУ)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СИНЕКТИКИ ДЛЯ РЕШЕНИЯ ЗАДАЧ ФСА

Слово «синектика» – греческого происхождения и буквально означает соединение воедино различных, зачастую очевидно не совместимых элементов. Идея синектики состоит в объединении отдельных творцов в единую группу для совместной постановки и решения конкретных творческих задач.

Синектические группы – группы людей различных специальностей, которые встречаются с целью попытки творческих решений проблем путем неограниченной тренировки воображения и объединения несовместимых элементов.

При использовании синектики формируют постоянные группы (оптимальный состав 5-7 человек) людей различных специальностей, которых обучают изобретательским приемам. Желательно даже, чтобы каждый из них имел несколько различных профессий [1].

Теоретической основой синектики стали утверждения, что творческий процесс познаваем и может быть рационально организован, творческие процессы отдельного лица и коллектива аналогичны, иррациональный момент в творчестве важнее рационального; в латентном (скрытом) состоянии находится очень много творческих способностей, которые можно выявлять и стимулировать.

Проблема подбора «генераторов идей» занимается тем, что на фирме создается постоянная группа профессионалов и интеллектуалов, которые от конференции к конференции накапливают опыт решения управленческих задач, совершенствуя свое мастерство в этом деле, оттачивая оперативность и точность выдаваемых проектов. Кроме того, при синектическом штурме допустима критика, которая позволяет развивать и видоизменять высказанные идеи (но только в благожелательной и конструктивной форме, поскольку в удачном решении заинтересованы все участники). «Критик» в своем выступлении должен в первую очередь отметить все плюсы обсуждаемого проекта и лишь после этого остановиться на минусах. «Критикам» не рекомендуется давать проектам своим оценок: это руководство оставляет за собой. Тем самым исключается обострение отношений между генераторами идей и критиками. Этот штурм ведет постоянная группа. Её члены постепенно привыкают к совместной работе, перестают бояться критики, не обижаются, когда кто-то отвергает их предложения [2].

Синектика как метод поиска идеи – это, по сути, мозговая атака исследуемой проблемы специализированными группами профессиональных специалистов, инженеров, консультантов, экспертов с использованием ими различных аналогий и ассоциаций. Применение синектики в решении инновационной проблемы включает в себя следующие этапы:

- 1) ознакомление с проблемой;
- 2) уточнение проблемы, что означает превращение проблемы как она была дана (ПКД), в проблему, как ее следует понимать (ПКП);
- 3) решение проблемы. Здесь под решением проблемы понимается взгляд с какой-то новой точки зрения так, чтобы сбить психологическую инерцию [1].

В условиях применения метода синектики следует избегать преждевременной четкой формулировки проблемы (творческой зада-

чи), так как это нейтрализует дальнейший поиск решения. Обсуждение целесообразно начинать не с самой задачи (проблемы), а с анализа некоторых общих признаков, которые как бы вводят в ситуацию постановки проблемы, неоднократно уточняя ее смысл.

Не следует останавливаться при выдвижении идеи, если даже кажется, что уже найдена оригинальная идея и что задача уже решена. Если проблема (творческая задача) не решается, то целесообразно вновь вернуться к анализу ситуации, порождающей проблему, или раздробить проблему на подпроблемы.

В процессе применения метода синектики большое внимание уделяется использованию метода аналогий. Аналогия используется в самых различных видах: как личная (эмпатия), прямая, фантастическая и символическая. Символическая аналогия, например, приняла форму конкретного приема определенного поиска названия, характеризующего в парадоксальной форме определенное понятие.

Ключевым моментом синектики, отличающим ее от метода мозгового штурма, является подход к процессу решения. Обычное для мозгового штурма выдвижение идей отвергается синекторами практически в течение всего процесса работы. Достоинства метода: простота, эффективность для задач любого рода, развитие мышления и интуиции [2].

ЛИТЕРАТУРА

1 Кудрявцев А.В. Методы интуитивного поиска технических решений (методы анализа проблем и поиска решений в технике). – М.: Речной транспорт, 1991. – 112 с.

2 Цезерани Дж. От мозгового штурма к большим идеям: NLP и синектика в инновационной деятельности. – М.: ФАМР-ПРЕСС, 2004. – 85 с.

УДК 330.131.7:658

Студ. Д.В. Лагунович

Науч. рук. доц. Масилевич Н.А.

(кафедра менеджмента и экономики природопользования, БГТУ)

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКИМИ РИСКАМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «НЕРУДПРОМ»)

Экологический риск – это вероятность нанесения вреда окружающей среде и связанной с ней жизнедеятельности человека.