

СТУДЕНЧЕСКИЙ ПРОЕКТ

ИДЕИ ВИТАЮТ

Ни для кого не секрет: на факультете управления РГПУ им. А.И. Герцена постоянно создаются все новые и новые проекты. Проект, заключающийся в создании журнала «Альманах идей», является одним из них. Автором проекта является студентка факультета управления Герценовского университета (выпуск 2012) Лидия Плетнёва. Научный руководитель – профессор кафедры управления образованием, доктор педагогических наук Александр Васильевич Долматов.

Идеей проекта «Издание журнала «Альманах идей», является создание журнала, посвященного оригинальным идеям, наукам, благодаря которым бизнес быстрее набирает темпы роста, товарооборот увеличивается, конкурентоспособность повышается. Цель проекта заключается в том, чтобы еще раз показать и доказать необходимость и выигрывать нетривиальных идей в бизнесе, стимулировать студентов к созданию и реализации оригинальных проектов, информировать их и дать возможность реализовать творческий потенциал (посредством принятия участия в реализации данного проекта).

Журнал будет состоять из нескольких разделов:

I раздел будет посвящен описанию ситуации на современном рынке (предпочтение интеллектуальной собственности, переход приоритета от преимуществен-

ного производства товаров к производству услуг, доминирование информации и знания).

Во II разделе будут описаны основные плюсы и преимущества оригинальных идей в бизнесе, их необходимость при современных условиях на современном рынке (внимание потребителей, привлечение чем-то новым – высокий товарооборот, конкурентоспособность).

III раздел будет посвящен предпринимателям, основой бизнеса которых послужила оригинальная идея.

В IV разделе будут описаны студенческие проекты РГПУ им. А.И. Герцена, которые также отличались своей оригинальностью.

В V разделе будет рассказано о том, как правильно работать с идеями (контроль собственных идей, умение воплощать их в реальность).

VI раздел послужит источником советов успешных предпринимателей по организации

собственного бизнеса.

В каждом разделе будет несколько статей, примеры которых мы и приводим.

Проект участвовал в IV международной студенческой конференции «Инновационные проекты в области предпринимательства, менеджмента, экологии и образования» и получил диплом I степени. Сейчас он находится на стадии реализации, уже имеется сайт, который могут посетить все желающие:

Итак, читайте и пишите! Присоединяйтесь к нашей команде и участвуйте в реализации проекта! Студенты и преподаватели, которые хотят писать статьи, могут связаться с автором проекта по электронной почте: Lidia-spb@yandex.ru или по телефону: +7 904 640 85 15.

Сайт: <http://lyda.spb.ru>
Будем рады всем!

Лидия ПЛЕТНЁВА



продаю
воздух

даря новой и оригинальной идее – компьютеризации общества! Твердо уверенный в том, что персональный компьютер станет незаменимым на каждом рабочем месте и в каждом доме, он начал разрабатывать программное обеспечение для персональных компьютеров. В результате Билл Гейтс – миллионер и управленец огромной консалтинговой империи.

Б. Гейтс, разумеется, не единственный человек, который смог продвинуть свою предпринимательскую мысль. Известный и, пожалуй, гениальный продюсер группы «Ласковый май» Андрей Разин, является фактически создателем и пиарщиком «попсы» и «диско». Если подумать, то проект весьма сомнительный: новый стиль мог не прижиться в советском обществе (помните, тогда были времена И. Кобзона и Э. Пьехи). Но Разин рискнул. Вот выдержка из его интервью: «У нас были небольшие капиталы. С этими деньгами я поехал в Шостку Сумской области и там купил чуть ли не полвагона кассет «Свема». В общем, привез я их в Москву и отдал в студию. ... Через месяц первый альбом Юры Шатунова был записан и растиражирован. Подпольная студия находилась во Дворце культуры МПС, что на площади трех вокзалов – Казанского, Ярославского и Ленинградского. Оттуда во все направления шли поезда, и я подошел прямо к директору этого Дворца. «Петрович, – говорю, – нельзя ли раздать проводникам кассеты, чтобы начальники поездов их крутили по радио, а желающие пассажиры покупали? Мне за это ничего не надо». Он удивился

– «Как? Ты же заплатил за них, столько потратил!» – «Деньги меня не интересуют, – говорю. – Я хочу, чтобы эти полвагона кассет разъехались по всей стране».

За месяц они практически были проданы! Когда поезда возвращались в Москву, проводники бежали за новыми кассетами и хватали их ящиками. Эффект был как от разорвавшейся бомбы».

Ну не гениально ли?! Я уже не упоминаю рекламу на спичечных коробках, что тоже является весьма и весьма нетривиальной идеей.

Бизнес-идеи. В сознании возникает образ чего-то расплывчатого и непонятного, размытого. Давайте определимся; идея – конкретная, оформившаяся, мысль, способная дать результат. Вот, к примеру, продажа воздуха. Чем не идея?

Торговля воздухом теперь не просто метафора, призванная продемонстрировать стремление делать деньги из ничего. Сергею Лучникову удалось получить патент на тару для невесомой субстанции. Воздух он расфасовывает в банки с кольцом. Дергаешь – и глубоко вдыхаешь волшебный воздух Санкт-Петербурга. Сумасшедшая идея стала работающим бизнесом, который вот уже три года подряд приносит предпринимателю доход.

Мысль консервировать воздух и продавать его в качестве сувениров пришла в светлую голову Лучникову очень своевременно: аккуратно перед юбилеем Северной столицы. Продается же в Париже «консервированная» атмосфера – а чем хуже Северная Пальмира?

Было много сомнений и

БИЗНЕС-ГАЛЕРЕЯ

ПОРТРЕТЫ

ОРИГИНАЛЬНЫХ ИДЕЙ

«Нам нужна оригинальная идея», «Необходимо создавать креативное предприятие», «Творчество – залог успеха предприятия» – штампованные фразы, устоявшиеся понятия. Что стоит за этим?

У меня к вам просьба. Не могли бы вы подсказать какую-нибудь оригинальную идею для бизнеса? Я имею в виду такую идею, чтобы с ее помощью действительно можно было заработать. Наверняка кому-то из десятков тысяч людей, которые, как и вы, перебирали бесчисленные варианты будущего бизнеса, приходила в голову такая же идея. Но они почему-то отбросили ее. Почему? Потому что решили, что эта идея, независимо от степени ее оригинальности, бесперспективна (допус-

каю, они пришли к этому выводу уже после того, как потратили на ее реализацию силы и средства).

Но. Помните ли вы, как начал развиваться какой-либо крупнейший бизнес? К примеру, вспомним знаменитого предпринимателя и владельца фирмы мирового масштаба Microsoft Билла Гейтса. Как он,

человек, не получивший полного высшего образования, смог создать фирму-гигант мирового рынка торговли? А только благо-

ВОЗДУХ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

Состав:

Воздух Летнего сада – 50%;

Царского Села – 20%;

Невского – 15%;

Петропавловской крепости – 5%;

Павловска – 5%;

Новой Голландии – 3%;

Петродворца – 2%

срок годности – до 27 мая
2103 года

В ВОЗДУХЕ

ДОЛОЙ ПЛОХОЙ НАСТРОЙ!

У Вас плохое настроение? Проблемы с учебой или на работе? Что-то расстраивает? Или Вы просто не знаете, что является причиной Вашего раздражения? Студенческий проект «Релаксационный уголок» поможет Вам!

Как часто вы ловили себя на том, что все вокруг вас жутко раздражает; что у вас плохое настроение, но вы не можете понять, осознать причину? Что вы обычно делаете в подобной ситуации – срываетесь на своих родственников, друзей, однокурсников, коллег. Итог: настроение плохое не только у вас, но и у тех людей, которые вас окружают, вследствие чего способность воспринимать или преподавать тот или иной материал стремительно падает.

Идея проекта «Релаксационный уголок» заключается в создании на факультете управления РГПУ им. А.И. Герцена таких условий, которые бы способствовали улучшению межличностных отно-

шений как студенческого, так и преподавательского коллектива, посредством создания места, где учащиеся и университетский персонал могли бы выплеснуть свои негативные эмоции, расслабиться, отдохнуть, а также высказать идеи по усовершенствованию факультета (которые так часто приходят в голову, но за неимением возможности их где-то написать просто забываются). Для этого при входе на факультет предполагается поставить мебель и другие, создающие приятную обстановку, предметы интерьера, а также два ящичка: один для «выплеска негативных эмоций», другой – для предложений и идей. Первый ящичек будет предназначен для так называемой «пись-

мотерапии»: можно будет сесть и задуматься над тем, что могло стать причиной плохого настроения, постараться написать проблему на листе бумаги или просто расчеркать листик ручкой, что тоже часто помогает избавиться от раздражения. Предложения и идеи будут читаться и совместно усилиями факультета реализовываться; содержимое первого ящичка читаться, разумеется, не будет, предполагается сжигать все записки, что может стать своеобразной традицией факультета.

Подобные «релаксационные уголки» давно практикуются за рубежом в некоторых компаниях, в России же это не так распространено. Нетривиальность

данной идеи заключается в создании подобного места именно в университете. Идея создания «Релаксационного уголка» пришла в голову спонтанно.

Авторами данного проекта являются студентки факультета управления РГПУ им. А.И. Герцена Лидия Плетнёва и Мария Соколова (выпуск 2012 года). Проект участвовал в ежегодном факультетском конкурсе в День карьеры менеджера и получил диплом III степени.

Проект требует довольно больших затрат, поэтому пока это только идея. Но, может, только пока?

Лидия ПЛЕТНЁВА



Коллаж Т. СЕРГЕЕВОЙ.

вопросов: появится ли спрос на консервированный воздух? Какова должна быть его стоимость? Понятно, что воздух Санкт-Петербурга не может оказаться дешевым, и цена его должна была, по приблизительным расчетам предпринимателя, равняться 10 долларам: только в этом случае можно было говорить о рентабельности мероприятия.

В результате усилий получился компактный и легкий сувенир с одним из символов Петербурга – ангелом на фоне голубого неба.

Ресторан «Публика» заказал у Сергея сразу 300 штук – владельцы собирались устроить выездную вечеринку в одном из московских клубов, воздух Санкт-Петербурга и стал ее «изюминкой». Следом был заключен договор о распространении сувенира с клубом «Че». Так за один день и «разлетелась» опытная партия.

— Я рассуждал очень просто: если идея окажется прибыльной, это поймут другие, а значит надо продумать защиту, чтобы мои усилия первопроходца не пропали зря.

И Лучников запатентовал свою идею. «С патентом я могу выпускать любой воздух как эксклюзивный владелец емкости для него. Хоть московский, хоть южнокорейский»

Одна питерская газета под считала, что в этом году Лучников заработал 270 тысяч долларов на продаже воздуха. Результат налицо. Так как бы выглядел нынешний бизнес, если бы не эти самые оригинальные идеи?

Олеся КАРПИНА

ИДЕЯ УБЕЖАЛА... КТО ВИНОВАТ?

Что делать, когда сотрудники не хотят говорить, а руководитель не хочет слушать?

Как не только бороться с конкурентами, но и опережать их? Какие условия нужно создать, чтобы идея не убежала?

Хорошие идеи ценятся всегда и везде – так ли это? Директор по стратегическому развитию Интернет-холдинга Mail.Ru Дмитрий Хомутский считает, что это не всегда так.

Действительно, как часто идеи попросту пропадают, и причин, по которым это может произойти, масса: человек или не уделяет появившейся идее нужного внимания, заранее считая ее никуда не годной; или она со временем забывается, так и не попав на бумагу; или у человека попросту нет возможности ее где-то написать или кому-то рассказать, потому что не созданы для этого никакие условия. Именно последняя причина, считает Дмитрий Хомутский, имеет место быть во многих компаниях, вследствие чего многие идеи сотрудников вообще пропадают и остаются неозвученными либо вместе с сотрудником уходят к конкурентам с более открытым к инновациям руководителем, либо на основе собственных же идей открывают свой бизнес и создают еще боль-

шую конкуренцию на рынке для своего бывшего начальника. Таким образом, в любой компании, которая хочет развиваться и быть конкурентоспособной, должен быть организован процесс управления идеями.

Но процесс управления невозможен, если не будут соблюдаться

два важнейших условия, считает Дмитрий Хомутский: «Первое – это осознанное желание и нацеленность первого лица компании построить корпоративную систему управления идеями и административная поддержка с его стороны. Второе – желание сотрудников участвовать». (Дмитрий

Хомутский «Управление идеями: как организовать процесс» <http://www.intalev.ru>.) Действительно, процесс управления идеями требует двусторонней связи и интереса как со стороны работодателя, так и со стороны подчиненного.

Ошибкой очень многих руководителей является то, что они закрывают глаза на инновационные идеи сотрудников, из-за нововведений, боясь потерять стабильность работы компании; но пока их компания идет по четко выработанному плану, конкуренты, вводя новшества и придумывая что-то новое, набирают скорость. Нельзя бояться изменений, напротив, нужно способствовать их появлению, ведь «Лучший способ справиться с изменениями состоит в том, чтобы помочь их осуществлению» (Боб Доул).

Лидия ПЛЕТНЁВА

И. Адизес. Управление жизненным циклом корпорации / Пер. с англ. под научн. ред. А.Г. Сефериана. – СПб.: Питер, 2007.

ПЯТЬ ФАЗ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ИДЕЯМИ (ПО ДМИТРИЮ ХОМУТСКОМУ)

1. Рождение идей (прежде всего, необходимо разработать общие критерии для первичного отбора идей, чтобы выбираемые идеи соответствовали целям компании).

2. Формирование первичного пула идей (выбирается организатор процесса управления идеями, который может возглавить группу по инновациям, она, в свою очередь, проводит с сотрудниками компании регулярные открытые инновационные сессии, на которых участники высказывают свои идеи и обосновывают их полезность для компании. Каждая идея обсуждается, составляется ее краткое описание и дается автору для подтверждения правдивости ее изложения).

3. Развитие и обогащение идей (на этой фазе сотрудники могут дополнять и комментировать идеи друг друга, для этого должен быть обеспечен доступ к банку первичных идей).

4. Управленческая оценка идей (идеи оцениваются и сравниваются между собой).

5. Отбор идей для практической реализации (выбираются лучшие идеи, при этом нельзя забывать об авторах выбранных идей: их нужно поощрить и оповестить о дальнейшей «жизни» их идеи).