

# 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!**

**К**ак 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 родственниках, 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?**

**Х**орошие 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 оповещать о дальнейшей «жизни» их идеи).