

ЗАСОБИ ЗБОРУ ІДЕЙ: МОЖЛИВОСТІ ТА ОБМЕЖЕННЯ

В сучасних умовах особливо актуальним стає розробка системи управління ідеями як інструменту для розвитку організації, установи, закладу [4]. У будь-якій системі управління ідеями важливими є засоби їх збору. Окремі засоби збору ідей в організації, досвід їх використання розкрито Р.Долженко, К.Озеров, А.Садриєв, Н.Сас, Ю.Смирнов. Найбільш застосовуваними є «ящик для ідей і пропозицій»; кайзден-пропозиції; автоматизовані засоби. Цікавим уявляється узагальнення можливостей та обмежень відомих засобів збору ідей.

У доцифрову епоху пропозиції збирали за допомогою «ящика для ідей і пропозицій», в який автор поміщав ідею, викладену на папері. Такі бокси стояли в кожному підрозділі (відділі або цеху) підприємства. Використання ящика ідей як засобу їх збору виявило такі обмеження: сам принцип такої системи не прозорий: автор не може відслідкувати повний цикл розгляду ідеї (ідеї можуть бути втрачені або вкрадені, складно аналізувати їх потік, складно давати зворотний зв'язок авторам); ефективність процедур відбору та експертизи пропозицій співробітників стала все більше знижуватися через зростання складності забезпечення об'єктивності і компетентності їх виконання; ящик для пропозицій був позбавлений можливості публічного обговорення ідей всім колективом компанії і їх оперативної реалізації її окремими зацікавленими співробітниками; відсутність інформації про підсумки оцінки та впровадження внесених пропозицій, позначатися на мотивації подальшої творчої діяльності авторів.

У системі кайзден-пропозицій основний акцент ставиться не на індивідуальній творчості, а на колективній роботі в рамках команд безперервного вдосконалення (так звані «гуртки якості»), які об'єднують в неформальні групи співробітників окремих підрозділів). Недоліком такого засобу збору ідей та пропозицій складність використання для розробки великих продуктивних інновацій. Однак цей недолік долається в процесі створення спеціальних венчурних команд і інкубаторів ідей, професійні учасники яких чітко зорієнтовані на пошук в організації перспективних, насамперед, проривних ідей, їх якнайшвидше втілення і просування отриманих результатів на ринок [2].

Зростаюча складність управління ідеями в компаніях зумовила появу і широке поширення спеціальних програмних продуктів [3]. Все різноманіття даних програмних продуктів можна розділити на чотири основні групи.

Перша група об'єднує програми централізованих автоматизованих систем таких як: «біржа ідей», «єдине вікно інновацій», «інформаційний інкубатор інноваційних ідей». Вона дозволяє всім співробітникам реєструватися в якості здобувачів, незалежних експертів, вносити пропозиції без досилання пакета документів на папері, направляти пропозиції на експертизу, стежити за поточним станом пропозиції. Р.а. долженко Специфіка цих програм, яка полягає в тому, що їх використання здійснюється в режимі віддаленого доступу, за якого користувач, фізично не володіючи програмою, може реалізувати лише її функціональні можливості, відносить ці програми до числа, так званих, «хмарних сервісів». Друга група об'єднує програми, що базуються на використанні методу соціального рейтингування, який передбачає публічне обговорення поданих пропозицій, їх оцінку і ранжування залежно від підсумків проведеного голосування. Можливості програм цієї групи дозволяють виокремлювати найбільш важливі і цікаві ідеї і, надаючи їм відповідний рейтинг, робити їх реалізацію більш пріоритетною. Третя група програм базується на відборі ідей за допомогою проведення торгів на так званих ринках передбачень, призначених для створення прогнозів різної тематики та отримання на їх основі інформації щодо, наприклад, зміни споживацьких цінностей і ринкових очікувань. Загальна ідеологія побудови програмного забезпечення, що працює з ринками передбачень, полягає в розробці ресурсу, за допомогою якого приймаються ставки учасників на настання тієї або тієї події [5]. Четверта група програм

працюють як інноваційні майданчики, що надають своїм користувачам доступ до функцій з організації мозкових штурмів, проведення нарад, засідань закритих груп, вихід на різні бази даних тощо.

Важливим, на нашу думку є висновок М.Сушко про те, що за використання системи управління бізнес-процесами (за якої управління власне ідеями стає одним із бізнес-процесів компанії), окремий продукт для управління ідеями стає не потрібним. Будь-який співробітник зможе легко щось запропонувати. Ініціатор просто вносить заявку, вона автоматично потрапляє на керівника або співробітника, відповідального за розбір ідей. На етапі збору ідея може також уточнюватися, якщо якісь нюанси не зрозумілі [6].

Інформаційні системи для управління ідеями – програмні продукти, які дозволяють співробітникам вносити пропозиції, а керівництву систематично отримувати їх і працювати з ними – набагато зручніші у використанні. Проте й вони не позбавлені обмежуючих характеристик. Зокрема, не у всіх співробітників є доступ до комп'ютера; не всі володіють електронними програмами для створення креслень або схем з докладними поясненнями. Це вимагає додаткового навчання персоналу [2].

Аналіз досвіду застосування розглянутих засобів збору ідей дав можливість виявити ряд факторів, що перешкоджають активному залученню співробітників в інноваційний процес (незалежно від засобу збору ідей). До їх числа можна віднести: низьку поінформованість працівників; складну процедуру подання та оформлення заявок; тривалий термін розгляду заявок; відсутність доступу до професійних консультацій; страх відмови від розгляду заявок, побоювання критики; низьку залученість бізнес-підрозділів на етапі відбору і оцінки пропозицій; недостатню вмотивованість працівників на впровадження інновацій; недостатній рівень інноваційної культури на підприємстві, в організації, установі; відсутність дієвого механізму контролю за впровадженням пропозицій; труднощі в оцінці економічного ефекту від інновацій.

1. Долженко Р.А. Концепция организации инновационной деятельности компании (на примере коммерческого банка) / Финансы и кредит. 2014. № 33(609). С. 10-16.

2. Озеров К.Г. Система кайдзен-предложений на «Петро». URL: <http://www.up-pro.ru/library/production/kaydzen>.

3. Садриев А.Р. Управление знаниями в инновационной деятельности современных компаний / Управление интеллектуальной собственностью как фактор повышения эффективности развития организаций. Казань: Казан. ун-т, 2013. С. 23-34.

4. Сас Н. Основи інноваційного управління навчальними закладами: навч.-метод. посіб. Полтава: СПДФО Гаража М.Ф., 2013. 178 с.

5. Смирнов Ю. Невидимая рука рынка предсказаний! / Идеи из будущего. URL: <http://ideas4future.info>.

6. Сушко М. Создание своей системы управления идеями. URL: <https://neaktor.com/blog/2019/05/24/sistemy>.

7. Хомутський Д. Управление идеями: как организовать процесс. Управление компанией. № 8. 2005. URL: <https://www.cfin.ru/press/zhuk/2005-8/index.shtml>.

Симак А.В., Іванус С.В.

Національний університет «Львівська політехніка»

ВПЛИВ COVID-19 НА НАШЕ ЗВИЧНЕ ЖИТТЯ

Як показує аналіз сучасної економіки, значних результатів підприємства можуть досягти при умові пошуку нових можливостей, які відкриває господарське середовище щодо виготовлення, впровадження нових видів товарів, освоєння нових ринків, форм організації виробництва. Все це передбачає особливий стиль ведення бізнесу, основою якого є орієнтація на впровадження інноваційних технологій, нововведень і проведення систематичної та цілеспрямованої інноваційної політики [1]. Але, на жаль, у цьому році карантин вніс свої корективи в економіку всіх країн.