

**Как привлечь
в помощники
весь мир?**
стр.22

**Кто даст
отпор
пиратам?**
стр.29

ТЕМА НОМЕРА:

**Справедливо ли
общество
платит ученым?**

**Валерий
Михайлович
ФЕДОСЮК,**

директор ГНПО
«НПЦ НАН Беларуси
по материаловедению»

Мировой «генератор идей» - в кабинете руководителя

Результат деятельности руководящего органа компании - ее финансовые показатели. При этом принимаемые решения, как тактические, так и стратегические, формируются на основе личных знаний и опыта, что значительно ограничивает их оптимальность.



Андрей МОРОКОВ,
специалист отдела обеспечения
производства РУП «Производственное
объединение «Белоруснефть»

Каким бы полноценным «багажом» не обладал руководитель (или совет), он всегда ограничен субъективным видением ситуации, а в современных условиях жесточайшей конкуренции, когда полноценные знания получают многие, конкурентоспособность принимаемых решений может оказаться под вопросом.

В настоящее время консультационная поддержка в любых областях представлена широкими возможностями. Однако используются они далеко не полностью.

Одним из способов получения разносторонних решений поставленной задачи является краудсорсинг¹. Данный вид сотрудничества широко используется в области маркетингового продвижения товаров.

Его суть заключается в следующем. Компании и их маркетинговые подразделения давно поняли, что целесообразнее просто спросить у мирового сообщества потребителей, какой товар они хотят купить, вместо того, чтобы произвести изделие, которое, по их мнению, будет пользоваться спросом, и предложить его рынку. В последнем случае надежды компании, которая сама себя ввела в заблуждение, могут и не оправдаться.

Уже разработаны стандартизированные механизмы получения краудсорсинговой консультационной поддержки. Существуют специализированные организации, которые предоставляют данные услуги. Эти организации помогают заказчику составить полноценное задание, содержащее необходимое количество исходных данных, задачу, которую необходимо решить, а также требования, предъявляемые к предлагаемым участниками решениям. Задание размещается на специализированной платформе в интернете на определенный срок. При этом для привлечения наибольшего количества участников объявляется различного рода вознаграждение, которым будут отмечены те, кто предложил, по мнению заказчика, наиболее оптимальные решения поставленной задачи. И в течение указанного срока абсолютно любой может стать участником проекта и дать свое решение поставленной задачи. При этом мотивацией участия может послужить не предлагаемое вознаграждение, а непосредствен-

но сотрудничество с общепризнанными компаниями.

На современном этапе развития большинство краудсорсинговых проектов реализуется в области маркетинга, что обусловлено необходимостью разработки наиболее оптимальных товаров, предназначенных для широкого потребления.

В области менеджмента данные проекты практически не реализуются, хотя возможный эффект может быть столь же значительным.

Представляется возможным разработка следующего механизма реализации краудсорсинговой консультационной поддержки в области управления компанией.

В случае необходимости принятия тактических или стратегических решений компания разрабатывает исходные данные, которые будут предоставлены участникам. Это, как правило, статистическая информация о деятельности компании, ее фактические показатели за определенный период, анализ конкурентных преимуществ, информация о конкурентах и др.

Формулируется также задача, которую необходимо решить. Она может включать пути увеличения прибыли и выхода на новые рынки сбыта, возможности по обновлению модельного ряда выпускаемой продукции, способы получения конкурентных преимуществ, анализ возможных слияний и поглощений и др.

Далее следует размещение задания на специализированном ресурсе во Всемирной сети. При этом главной особенностью может стать точечное приглашение к участию в проекте специалистов узкого профиля в данной области. Имеется в виду приглашение профессорско-преподавательского состава и слушателей специализированных учебных заведений в этой области.

¹ От англ. *crowdsourcing*, *crowd* - «толпа» и *sourcing* - «использование ресурсов»: передача определенных производственных функций неопределенному кругу лиц на основании публичной оферты, не подразумевающей заключение трудового договора.

Например, обучение в бизнес-школах проходит с моделированием игровых ситуаций, в которых рассматриваются варианты принятия управленческих решений в различных ситуациях. В таких случаях целесообразно будет предложить участие в проекте по решению конкретной поставленной задачи, что даст как больший опыт и участникам, так и более полноценные и разносторонние предложенные решения компании-заказчику.

В дальнейшем руководство компании оценивает предлагаемые решения на возможность внедрения, а также оценивает потенциальный результат. В случае целесообразности некоторые предложенные решения осуществляются на практике.

Вместе с достижением главной цели данный механизм способен решить проблему поиска талантов, которым можно найти достойное применение, что, несомненно, повысит потенциал компании. При этом географических ограничений участия не существует, что позволит получать сгенерированные идеи со всего мира.

Есть ли недостатки в предложенном механизме реализации краудсорсинговой консультационной поддержки? Конечно, есть, и они присущи краудсорсингу в целом.

В данном случае речь идет проблеме соотношения «цена-качество», характерной для рыночных механизмов.

Представьте, что необходимо разработать стратегию развития компании с привлечением стороннего лица. С одной стороны, свои услуги предлагает профессиональный специалист, который обучался в специализированном учебном заведении и может выполнить работу высококачественно, но за большое вознаграждение. А с другой, - дилетант, он согласен сделать это на основе своего видения бесплатно. Это две крайности, которые противопоставляются друг другу. Большинство предложений находится между ними.

Краудсорсинг на 100% является рыночным механизмом. Как следствие, заказчик будет получать предлагаемые решения от всех групп участников: как профессиональных специалистов, так и неспециалистов. И исходя из опыта реализации краудсорсинговых механизмов в других областях, можно констатировать, что от 70 до 90% предлагаемых решений будут бесполезны.

Поэтому необходимо иметь методики выделения полезных решений из общей массы на основе использования рейтинговых систем оценки участников, оценки их компетенции, применения конкурентных механизмов оценки эффективности идей и т.д.

Использование рейтинговых систем оценки участников, а также конкурентных механизмов оценки эффективности идей оправданно только при условии проведения такой оценки независимыми экспертами, а не самими участниками.

Применение оценки компетенции участников возможно только при разработке балльной системы оценки предлагаемых решений, так как и участник без специализированного образования способен потенциально представить гениальную идею.

Таким образом, оптимальной представляется возможность отбора полезных идей с привлечением независимых экспертов в данной области.

Данная деятельность может быть осуществлена как специалистами компании-заказчика, так и сторонними специалистами на основе аутсорсинга.

Краудсорсинг - еще очень молодая технология и поэтому не выработала стандартов, проверенных временем, но после долгого пути проб и ошибок именно она станет самым эффективным способом ведения дел в самых различных областях.

СКОЛЬКО СТОИТ НАШЕ МЕНЮ

В мае можно было бы наконец-то констатировать, что цены утихомирились, а все колебания связаны с сезонным изменением спроса или качества самих продуктов. Примером служит картофель: на прилавках появились клубни не из хранилищ, а прямо с полей, правда, зарубежных. Естественно, что цены на «второй хлеб» сразу резко увеличились - почти в 2,5 раза!

Но в эту схему никак не пожелали лечь наши традиционные несезонные продукты: хлеб (первый!), который почему-то подорожал почти на 20%, а также мясо - рост на 16,2%. Складывается впечатление, что производители целенаправленно ведут политику «ползучих цен»: мол, покупатели все равно никуда не денутся!

Очевидно, что отношение к потребительскому рынку должно быть более взвешенным, тем более что впереди лето, и сбыв продукции может резко пойти на спад, когда потребители начнут кормиться с собственного огорода. Судя по всему, лучше других это понимают в птицеводстве: цена яиц за месяц осталась, как говорится, на нуле.

В целом за прошедший месяц стоимость набора продуктов, разработанного специалистами Республиканского научно-практического центра гигиены для мужчин 30-39 лет, по отношению к апрелю выросла на 4,6%, а к аналогичному периоду прошлого года - на 152%.

Интересно, что у Белстата иные данные (правда, по состоянию на 15 мая). Рост цен, согласно официальному источнику, составил на говядину и свинину - 1,9%, хлеб и хлебобулочные изделия - 6,9%. В целом декларируется увеличение цен по сравнению с апрелем на 0,9%.

Продукты	Потребление за месяц, г	Средняя цена за 1 кг, руб.		Диапазон цен, %	Стоимость покупки в мае, руб.
		апрель	май		
Хлебобулочные	11250	8651	10331	19,4	116223,8
Мука пшеничная	900	4150	4320	4,1	3888,0
Крахмал картофельный	90	28600	29100	1,7	2619,0
Макаронные изделия (росс. и бел. произв.)	810	12724	14027	10,2	11361,9
Крупы и бобовые (рис и гречка)	1080	17078	14453	-15,4	15609,2
Картофель	12300	2375	5825	145,3	71647,5
Овощи и бахчевые (помидоры и огурцы)	12000	28100	22712	-19,2	272544,0
Фрукты и ягоды (апельсины и яблоки)	6450	15071	15088	0,1	97317,6
Сок фруктовый с мякотью	1500	13700	12660	-7,6	18990,0
Говядина, свинина (вырезка и длинная мышца)	5100	100800	117100	16,2	597210,0
Птица (охлажд.) (филе и бедрышки)	1200	41150	42600	3,5	51120,0
Колбасы, копчености (вареная вып. сорта и филей с/в)	690	82567	78325	-5,1	54044,3
Субпродукты (печень говяжья)	150	28440	28170	-0,9	4225,5
Молоко, кефир 3,2%-ной жирн.	960	6750	7087	5,0	6803,5
Масло животное	600	49917	55375	10,9	33225,0
Творог «Домашний», 10%-ной жирн. («Савушкин продукт»)	600	39470	39184	-0,7	23510,4
Сметана, 25%-ной жирн.	600	21692	22939	5,7	13763,4
Сыр твердый (Российский)	600	57650	58160	0,9	34896,0
Яйца	30	13717	13717	0,0	41151,0
Рыба (филе минтая)	1800	46825	40700	-13,1	73260,0
Сахар, в т.ч. мед и др. сахаристые продукты (в пересчете на сахар)	3000	7500	7500	0,0	22500,0
Масло растительное	1020	17275	17375	0,6	17722,5
Стоимость в мае 2012 г.					1583632,5
Стоимость в апреле 2012 г.					1514525,0
Отклонение за месяц, %					4,6
Стоимость в декабре 2010 г.					488913,6
Май 2012 г. к маю 2011 г.					152,0