



# ИННОВАЦИИ ТРЕБУЮТ РАСШИРЕНИЯ СОЗНАНИЯ

УСЛОВИЕМ, ПРИ КОТОРОМ МОГУТ ВОЗНИКАТЬ НОВЫЕ, ПРОДУКТИВНЫЕ ИДЕИ ДЛЯ БИЗНЕСА, ЯВЛЯЕТСЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ МЫШЛЕНИЯ, МИРОВОСПРИЯТИЯ И ЛОМКА СТЕРЕОТИПОВ

ГРИГОРИЙ НИКОНОВ

ИННОВАЦИИ считаются средством, которое бизнес использует для того, чтобы выстоять в условиях высокой конкуренции, справиться с замедлением темпов роста и снижением рентабельности. Речь не только о создании новых товаров, услуг или разработке высоких технологий нового поколения. Ведь инновации по сути своей — это нововведения, которые повышают эффективность действующих систем (будь то конкретная компания, бизнес и экономика в целом, образование или человеческое развитие). Причем их внедрение требует от лидеров организаций нового мышления, творческого подхода, широкого взгляда на мир, а также решительности и воли. О проблемах, с которыми сталкиваются управленцы, внедряя творческие подходы и инновации в бизнес-модели, говорили участники международного форума «Бизнес-образование: управление инновациями», который 18–19 апреля провела Ассоциация по развитию менеджмента стран Центральной и Восточной Европы (СЕЕМАН) в партнерстве с бизнес-школой МІМ-Киев.

Выступая на форуме, Крис Хейр, основатель и руководитель американской компании The pTete Group, затронул принципиальный вопрос: где сегодня искать источник инноваций? По его словам, условием, при котором

могут возникать новые продуктивные идеи для бизнеса, является расширение рамок мышления, мировосприятия, а порой и ломка этих рамок. «Сегодня невозможно локальный бизнес рассматривать в отрыве от глобального», — подчеркнул Хейр. Это и вызов, и преимущество. С одной стороны, функционирование бизнеса на пересечении различных культур, деловых традиций способствует появлению новаторских идей. С другой стороны, требуется внимание, уважение и доверие для того, чтобы воспринимать эти идеи всерьез. «28% новых компаний, зарегистрированных в США в 2011 году, были основаны иммигрантами. Из каждых десяти изобретений, запатентованных американскими университетами, три-четыре были сделаны иммигрантами», — говорит Крис Хейр. Но, по его словам, чрезмерно жесткая иммиграционная политика США ограничивает приток умов, а соответственно — свежих идей и предпринимательской энергии в страну.

Действительно, международные контакты способствуют появлению инноваций — ведь порой идею можно не выдумывать, достаточно ее просто «подсмотреть». Как отметила генеральный директор «Укрпечать» Оксана Плотникова, на внедрение ряда

инновационных услуг, которые позволяют этому государственному предприятию работать в условиях жесткой конкуренции, его руководство вдохновил опыт деятельности зарубежных операторов почтовой связи. Так, например, «Укрпечать» намерена по их образцу открыть во всех своих отделениях «единые окна» по оказанию административных услуг: оформление разнообразных справок, получению субсидий на оплату коммунальных услуг и т.п. При этом компания берет на себя роль посредника между клиентом и бюрократическими ведомствами.

Впрочем, как отметили участники форума, инновация заключается не только и не столько в новой идее, сколько в реализации этой идеи. И здесь многое зависит не от ее генератора, а от принятых в организации модели управления и корпоративной культуры, которые часто препятствуют воплощению идеи. «Автором инновации может быть любой сотрудник организации. Иногда самые лучшие идеи исходят снизу, а не от топ-менеджеров», — отметил декан Школы менеджмента и управления Университета Мердока (Австралия) Питер Маккирнан. Кроме того, в организации нередко возникает внутреннее сопротивление инновациям, поскольку

сотрудники попросту боятся потерять рабочее место. Как подчеркнул в своем выступлении бывший исполнительный вице-президент голландской компании Royal DSM N.V. Хейн Шредер, организация и все ее сотрудники должны быть внутренне готовы к переменам, осознавать их жизненную необходимость. С другой стороны, по его словам, для организации крайне непродуктивно превращать внедрение инноваций в самоцель. «Следует отойти от «календарного» принципа в обновлении стратегии работы компании. Разрабатывать новую стратегию целесообразно только тогда, если в этом действительно есть необходимость и если предыдущая полностью реализована», — сказал Хейн Шредер.

Особое внимание участники форума уделили вопросам бизнес-образования, роли, которая сегодня отводится бизнес-школам в условиях, когда меняется само представление о том, каким должен быть суперуспешный предприниматель. Его образ связывается уже не с «боссом», человеком в дорогом костюме, а со «своим парнем» в футболке и джинсах (вспомним Стива Джобса и Марка Цукерберга), захватывающего мир своими идеями. Глава наблюдательного совета компании «Октава капитал» Александр

Кардаков, выступая на форуме, отметил, что существует немало примеров того, как управленцы традиционного формата, «специалисты в своей отрасли», привели свою компанию к банкротству, не выдержав конкуренции с более проворными менеджерами — «неспециалистами». Егор Анчишкин, основатель украинского стартапа Viewdle, который недавно был приобретен Google, заявил, что наличие специального образования для предпринимателя не так важно, главное — талант, жила, а этому никакая бизнес-школа не научит.

Действительно, бизнес-школы сегодня часто обвиняют то в подрытье мировой экономики, то в простом везении. «Возможно, я больше всех в Европе критикую бизнес-школы за то, что они сами и их продукты по сути не отличаются друг от друга», — сказал Питер Маккирнан. — Но надо понимать, почему так произошло. Во-первых, в определенный момент бизнес-школы пересориентировались с практики бизнеса на его теорию. Во-вторых, сегодня эти учреждения находятся под большим внешним давлением. Для того чтобы пройти аккредитацию, они должны соответствовать определенным критериям, то есть априори быть «стандартными». Кроме того, существуют международные рейтинги. Что будет делать бизнес-школа, чтобы переместиться в них, скажем, с 297-й позиции на 150-ю? Конечно же, копировать тех, кто выше в рейтинге».

Тем не менее роль бизнес-образования остается важной, особенно для Украины. Как заявила, выступая перед участниками форума, народный депутат, глава парламентского комитета по вопросам образования и науки Лилия Гриневич, высшее образование сегодня является для страны точкой роста, средой, где возникают инновации, формируются альтернативные решения, необходимые как политике, так и другим сферам жизни. «По моему мнению, бизнес-школы являются тем мостиком, с помощью которого можно преодолеть пропасть, образовавшуюся в Украине между образованием и потребностями рынка труда», — сказала она.

Важно лишь, чтобы бизнес-школы чувствовали дух времени и вовремя внедряли в свою деятельность те инновации, которые ему соответствуют. «Новые способы ведения бизнеса требуют по-новому подавать образовательные продукты. Ведь в деловой мир пришло новое, «цифровое» поколение, для которого виртуальный мир является естественной сферой обитания, пространством, где эти люди общаются и зарабатывают деньги», — отметила президент бизнес-школы МІМ-Киев Ирина Тихомирова. — Но одних только новых образовательных продуктов недостаточно. Мы должны предлагать клиентам другие ценности бизнес-образования. Оно должно стать шлюзом, через который клиенты получают доступ к лучшим идеям, исследованиям и практикам бизнеса».

**ИННОВАЦИЯ ЗАКЛЮЧАЕТСЯ НЕ СТОЛЬКО В НОВОЙ ИДЕЕ, СКОЛЬКО В РЕАЛИЗАЦИИ ЭТОЙ ИДЕИ**