

РАЗВИТИЕ КОРПОРАТИВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В СИСТЕМЕ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ НА ОСНОВЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ БИЗНЕСА И ГОСУДАРСТВА

Для формирования инновационно-ориентированной стратегии развития экономики России следует объединить государственные и частные возможности, технологии, знания, капиталы на взаимовыгодных условиях для того, чтобы сохранялся баланс интересов общества, государства и экономических агентов на рынке образовательных услуг.

Ключевые слова: корпоративное образование; государственно-частное партнерство.

С институциональной точки зрения инновационный процесс может быть представлен как совокупность специализированных научных и финансовых учреждений, промышленных фирм, финансовых рынков, обеспечивающих создание, освоение и диффузию нововведений, трансформацию сбережений в инвестиции наиболее эффективными способами.

Под инновационной политикой государства понимается совокупность форм, методов и направлений воздействия на бизнес с целью интенсификации разработки и выпуска новых видов изделий и технологий. Инновационная политика включает долговременную и текущую политику. Государственная инновационная политика направлена на создание благоприятных условий для осуществления инновационных процессов. Процессы внедрения в сознание и в общественную жизнь необходимости инновационного развития имеют под собой объективную, следовательно, не зависящую от обстоятельств основу.

Целостность науки, эффективность научного поиска и развитие науки непосредственным образом зависят от качества содержания информационных массивов. Особенно это касается фундаментальных исследований.

Инновационная экономика – это экономика действия, а не рассуждения. По мнению зарубежных специалистов [1, 2], те страны, в которых высокоразвиты фундаментальные исследования, налажены процессы создания новых технологий, как правило, отстают в сфере коммерциализации данных технологий, напротив, страны-имитаторы не способны развивать фундаментальные исследования на высоком современном уровне, достигают во многих случаях высокого коммерческого результата от внедрения заимствованных технологий. Основной причиной их успеха является грамотная политика, осуществляемая в направлении решения конкретных задач, а именно в направлении преодоления барьеров на пути их экономического развития.

Сегодня Россия в результате стагнации инновационной деятельности оказалась на периферии мирового рынка высоких технологий. Для прорыва в высокотехнологичном секторе необходима новая – социально-технологическая парадигма, в основе которой должен лежать социальный фактор. К главным задачам государственной инновационной политики относятся:

– подготовка и осуществление «прорывных» инновационных разработок;

– углубление специализации и развитие кооперационных связей предприятий с организациями, занимающимися разработкой наукоемких технологий, развитием новых форм знания и информации, адаптации их к уже существующим инновационным и информационно-сетевым обучающим технологиям.

Инновационная активность и глобальная информатизация экономики коренным образом изменили принципы организации компаний. Появление новых организационных форм инновационной деятельности вызвано необходимостью установления взаимодействия между академическо-вузовским сектором и промышленным производством, формирования наукоемких и высокотехнологичных производств, внедрения научно-технических и технологических новшеств.

Инновационные структуры должны способствовать вхождению науки в рыночную среду, развитию предпринимательства в научно-технической сфере. Инновационные структуры аккумулируют финансовые ресурсы, действуя как инвестиционный механизм инновационных процессов. Они объединяют капиталы институциональных инвесторов. В настоящее время существует большое число видов организаций, занимающихся в различной степени инновационной деятельностью: НИОКР, освоением производства продукции, собственно производством, коммерциализацией научно-технической деятельности.

Это организации, занимающиеся научными исследованиями и опытно-конструкторскими работами. Результаты фундаментальных и прикладных исследований научных центров воплощаются в изобретениях, патентах, методах и ноу-хау. На стадии опытно-конструкторских работ проводится конкретное воплощение результатов НИР в конструкторскую документацию.

К важнейшим принципам инновационной политики финансовых компаний относятся: стимулирование развития прикладных научных исследований; развитие корпоративных научных бизнес-школ; создание инструментов для формирования конкурентоустойчивой позиции на рынке на основе инновационной деятельности; интеграция науки и образования; развитие целостной системы подготовки и переподготовки кадров всех уровней; увеличение стоимости нематериальных активов на основе развития интеллектуального капитала.

Государство должно финансировать фундаментальную науку и на кооперационной основе – прикладные исследования. Если дело доходит до создания инновационного предприятия, роль государства сводится к созданию комфортных налоговых, кредитных и прочих условий. На следующем этапе, когда предприятие продемонстрировало конкурентоспособность, поддержкой является размещение государственного заказа.

Высокая рискованность инновационных процессов, обусловленная неопределенностью их внутренних параметров, усиливается непредсказуемой динамикой внешней экономической среды.

Однако, несмотря на то, что инновационное развитие организации характеризуется высоким уровнем

риска, вопросы управления рисками остаются малоизученной областью стратегического менеджмента. Как правило, в теории управление при формировании и реализации стратегии инновационного развития организации эта проблема носит поверхностный характер. На практике данные задачи решаются интуитивно, без достаточного научного обоснования.

В современных условиях в связи с возрастающей неупорядоченностью и случайностью создания инноваций появляется возможность поливариантности новаторских решений, что приводит к изменению концепции планиро-

вания и контроля четко определенной последовательности этапов генерации нововведений, к выпадению некоторых этапов линейной модели. В соответствии с этим необходим переход к системно интегрированным сетевым моделям организации инновационного процесса, схема которого представлена в табл. 1.

Классификация инноваций должна кроме чисто теоретического упорядочивания признаков отражать процесс создания инновации, которым необходимо управлять. Предлагаемая классификация приведена в табл. 2.

Таблица 1

Параметры управления инновационным и маркетинговым процессами в финансово-кредитных институтах

Создание инновации	Участники инновационного процесса	
	потребитель	поставщик
Идея	Анализ потребностей	Анализ накопленной информации
Концепция		Научные исследования
Разработка	Маркетинговые исследования	Планирование
Производство		Моделирование
Реализация	Инвестиции	Управление инновационным процессом

Таблица 2

Классификация инноваций по практическим критериям

Критерий	Характеристика
Источник появления	Внутренние потребности (потребности производства, организации, региона, отрасли). Внешние потребности (потребности рынка)
Причина возникновения	Реактивная (адаптивная). Стратегическая
Конечный результат	Продуктовая. Процессная
Место применения новаций	На «входе». На «выходе». Для внутреннего потребления. Для накопления и продаж
Стадия жизненного цикла продукта (услуги), на которой внедряется новшество	Стратегический маркетинг. Разработка и оформление новшества. Разовое внедрение. Тактический маркетинг. Диффузия
Тип новации	Организационный. Технологический. Информационный. Финансовый. Комбинированный
Степень новизны	Базисная. Улучшающая. Псевдоинновация
Ожидаемый эффект	Финансово-экономический. Инженерно-технический. Организационно-социальный. Комбинированный
Источник финансирования	Собственные средства. Заемные средства. Государственное финансирование. Комбинированное финансирование

В «экономике знаний» обязанность креативного поведения вменяется не только инновационным подразделениям крупных компаний, но и простым менеджерам среднего звена. Интеллектуальный капитал, вложенный в продукт, не связанный ни с собственностью, ни с физическим трудом, но связанный с авторскими энергетическими тратами (знакомыми ремесленнику и не знакомыми пролетарию), сегодня опять оказывается важным для реализации конкурентных стратегий развития компании.

В креативных компаниях наступает противоречие между безыкой индустриальной системой вознаграждения и требованием отдавать компании свою творческую, авторскую энергию, отдавать или убивать свое имя. Отсюда постоянная неудовлетворенность лучших, ведущих специалистов. Индустриальные схемы оплаты труда всем известны: повременная или сдельная зарплата с бонусами за период (квартальные, «тринадцатые» и прочие премии) или за объем продукта (процентки, комиссионные и т.п.).

Рассмотрим направления развития инструментов и механизмов мотивации в новых условиях, когда роль авторского участия работника в продукте резко возросла. Особенно этот вопрос актуален для наиболее инновационных подразделений страхового бизнеса и банковской сферы.

Наряду со сдельными и повременными системами вознаграждения существует и проектная. Проектное стимулирование хорошо тем, что, помимо известных механизмов типа «fix + бонус», подразумевает и некоторое авторство участников – право на имя и право на плату за имя. Проект имеет начало и конец – проект конечен и локален, проект становится кейсом. Проект и его участники могут получить общественную оценку. Участие в проекте становится фактором капитализации его участников.

Модель маркетингового или финансового управления, инновационный или инвестиционный проект, в отличие от рутинной работы, могут иметь авторство. В наиболее значимых страховых и банковских подразделениях необходимо организовывать работу по проектному принципу. Что же касается специалистов по инвестиционным проектам, то иностранные компании предлагают им компенсационные пакеты качественно иного уровня, нежели наши банки, дополнительно увеличивая зарплаты этих специалистов в целом по рынку.

Кроме того, иностранные компании аккумулируют значительную часть рынка инвестиционного банкинга, что увеличивает доходы их специалистов (за счет бонусной части). При этом работодатели в банках не смогли использовать переход на рубли для снижения

уровня оплаты своих работников: конкурентная ситуация на рынке труда не позволила. В докризисной экономике в целом по финансовому сектору зарплаты росли на 20–30% в год. В частности, за последние три года выросли зарплаты:

- IT-специалистов – на 70%;
- специалистов по работе с клиентами – на 50%;
- менеджеров, привлекающих клиентов, – более чем на 100%;
- кредитных аналитиков и риск-менеджеров – на 70%;
- специалистов кредитного администрирования – на 50–80%;
- специалистов бэк-офисов в подразделениях платежей, валютного контроля – на 50–60%;
- стажеров, специалистов стартовых позиций – на 50–60%.

Не поддается статистическому описанию динамика роста доходов банковских инвестиционщиков, сейлзов и трейдеров. Мотивационные схемы для этих специалистов постоянно усложняются, но эксперты единодушно отмечают, что стоимость хорошего специалиста в этой сфере выросла за последние два-три года в полтора-два раза. Поскольку специалистов с опытом и именем здесь не так много, то практикуется их перекупка. А перекупка – это всегда опережающий рынок, скачок стоимости работника, что тоже приводит к еще большему разогреву общего фона.

Специалистов и менеджеров банка можно оценить по степени авторского и творческого участия по убыванию в следующем порядке:

- независимый директор совета директоров (наблюдательного совета) банка;
- специалист по операциям на торговых площадках (фондовые, валютные дилеры, трейдеры, брокеры и т.п.);
- специалист в области проектного финансирования и инвестиций;
- кредитный консультант-менеджер по привлечению заемщиков;
- менеджер по привлечению корпоративных клиентов;
- персональный менеджер VIP-клиента;
- специалист по разработке и внедрению банковских продуктов;
- специалист по рекламе;
- финансовый аналитик.

Для людей творческих, «принимающих авторские решения», общественное признание, удовлетворение их творческих амбиций подчас не менее важно, чем материальное поощрение. Чем более банк заинтересован в привлечении и удержании специалистов такого качества, тем более разнообразными должны быть формы и механизмы морального поощрения. Современная информационная среда, в которой работают банки, предоставляет огромные возможности – от информирования коллектива банка о достижениях своего коллеги в электронном или печатном корпоративном издании до публикации в банковских информационных интернет-ресурсах и профессиональных печатных изданиях.

Администрация банка может использовать и такие поводы, как общегосударственные и корпоративные праздники, завершение финансового года, личные даты сотрудника (день рождения, годовщина работы в банке,

повышение в должности и т.п.). Можно учредить внутрикорпоративные награды (дипломы, знаки, медали), воспользоваться наградами банковских ассоциаций, выдвинуть специалиста на конкурсы «Менеджер года», «Банкир года» и им подобные. Главное для творческой личности – чтобы общественность знала его как автора решения, принесшего успех.

От специалистов высокого уровня многое зависит, и их не очень много. Поэтому в условиях дефицита хороших профессионалов банки пытаются перекупать специалистов друг у друга. Если пытаться искусственно устанавливать лимит вознаграждения, то те, кому такой специалист нужен, придумают механизмы вознаграждения – премии, бонусы, оплата социальных благ и т.д.

Для формирования конкурентоустойчивой стратегии необходимо готовить специалистов в самих компаниях, брать на работу творческих молодых людей и интегрировать их посредством обучения в систему организационного капитала компаний. Существует риск, что, обучившись, специалист уйдет в другую компанию. Но, во-первых, этот риск естественен, а во-вторых, когда дефицит специалистов несколько спадет по той или иной причине (или станет больше специалистов, или станет меньше работодателей), процесс роста заработной платы станет контролируемым.

Выделим основные задачи модернизационного проекта интеграции науки, образования и финансового бизнеса:

- увеличение выпуска инновационных финансовых продуктов;
- диверсификация структуры организационного капитала финансовых компаний в сторону информатизации бизнес-процессов на основе модели реинжиниринга, что позволит заложить основу для дальнейшего роста, основанного на инновациях.
- рост ресурсов, направляемых на исследования и разработки систем управления рисками, привлечение новых источников финансирования, что позволит обеспечить финансовую устойчивость компаний;
- развитие новых технологий формирования коммуникационно-организационных компаний на основе систем взаимодействия государства и бизнеса.

Данная стратегия позволяет рационально использовать постоянно и объективно ограниченные ресурсы образовательных центров, университетов, бизнес-школ, корпоративных обучающих центров, применяя их для достижения решающих преимуществ в конкурентной борьбе благодаря увеличению средств, идущих на НИОКР, подготовку и переподготовку персонала, закупку наиболее передового оборудования и наем на работу лучших менеджеров, инженеров и коммерсантов. С другой стороны, это обеспечивает быстрый рост эффективности предприятия при небольших затратах капитала и упрощенной структуре управления.

В системе инновационного образования формирование корпоративных университетов на основе образования союзов, коалиций или ассоциаций приводит к возникновению организационной структуры более высокого порядка расширенного предприятия, когда за счет нелинейных, синергетических эффектов объединения предприятий у них образуются новые качества и расширенные возможности. Такая стратегия дает

супераддитивный эффект (целое оказывается больше составляющих частей) и, следовательно, большую прибыль.

Одним из возможных направлений такого сотрудничества, на наш взгляд, является система национального бизнес-образования, основанная на формировании национальных институтов развития и масштабного государственно-частного партнерства, а также перехода от стратегии управления затратами к стратегии проектного управления результатами. Мировой опыт свидетельствует, что переход от стратегии управления затратами к стратегии проектного управления результатами – принципиальное условие обеспечения национальной конкурентоспособности в современном мире.

С одной стороны, у государства недостаточно средств, чтобы решить стоящие глобальные проблемы, среди которых можно назвать восполнение колоссального отложенного инвестиционного спроса, измеряемого триллионами рублей; преодоление негативной демографической динамики; обеспечение нашим компаниям выхода на доходные и динамичные сегменты мировых рынков для своих наиболее рентабельных сырьевых товаров; решение проблем, связанных с на-

коплением негативных последствий социального неравенства и др.

С другой стороны, в рыночной экономике, особенно на этапе формирования «экономики знаний», основным мотором прогресса должен быть бизнес, снижающий издержки своего развития и реализующий для выхода на траекторию роста инновационный потенциал.

Следовательно, для формирования инновационно-ориентированной стратегии развития экономики России следует объединить государственные и частные выгодных условиях для того, чтобы сохранялся баланс интересов общества, государства и экономических агентов на рынке образовательных услуг.

Необходимо конструктивное взаимодействие, чтобы бизнесу было выгодно развиваться в русле национальных стратегических интересов, повышая уровень компетенций своих специалистов, реализуя стратегии накопления информации и знаний в нематериальных активах своих компаний. Как показывает опыт развития экономик инновационного типа, эти и другие задачи решаются в рамках государственно-частного партнерства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Друкер П. Эффективное управление / Пер. с англ. М., 2003. С. 127.
2. Вельфенс П. Основы экономической политики. СПб.: ДБ, 2002. С. 210.

Статья представлена научной редакцией «Экономика» 23 июня 2010 г.