

## Секция «10. Современное российское общество: политическое, социальное и культурное измерение»

### Инновационная культура в организации как условие конкурентоспособности российской экономики.

*Чернышкова Анастасия Владимировна*

*Студент*

*Южно-Российский институт-филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Факультет*

*Управления, Ростов-на-Дону, Россия*

*E-mail: nastya.che2010@yandex.ru*

*Великие дела нужно совершать, а не обдумывать бесконечно. Юлий Цезарь.* В последнее время в нашей стране стало распространенным внедрять и использовать во всех сферах жизнедеятельности такое явление, как инновации, то есть новшества, обеспечивающие качественный рост эффективности процессов или продукции, востребованные рынком. Проблема повышения конкурентоспособности национальной экономики, которая обострилась сегодня, обусловила в качестве важнейшего ориентира государственного управления и регулирования применение новых технологий и методов, приборов, изобретений. Это в значительной степени связано с происходящими изменениями, вызванными интеграционными процессами, либерализацией рынков, ускорением научно-технического развития. В условиях обострения международной конкурентной борьбы, Россия поставила перед собой «амбициозную» цель долгосрочного развития – закрепление геополитической роли страны как одного из глобальных лидеров, определяющих мировую экономику и политическую повестку дня. А одним из способов ее достижения – переход экономики на социально-ориентированную модель развития, основанную на инновационных корпоративных отношениях в российских организациях. Многие руководители признали необходимость инновационного развития своих организаций, причем не разового усовершенствования, а постоянного поиска и внедрения новых идей, технологий, развитие продуктов и услуг. Несмотря на такое понимание, лишь единицам сегодня удается реально наладить непрерывный инновационный процесс внутри организации. Одним из основных препятствий для становления стабильного инновационного процесса является неготовность к этому сотрудников, их культуры, обычаев и сложившихся принципов в организации. Правовым помощником в данном вопросе должно было стать подписанное Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008. № 1662-р об утверждении Концепции долгосрочного социально-экономического развития России - («Инновационная Россия – 2020») на период до 2020 года[1]. В Концепции заключено: к 2020 году запланировано иметь 5-10 процентов на рынке высокотехнологичных и интеллектуальных услуг, повысить в два раза долю высокотехнологичного сектора в ВВП (с 10,9 до 17-20 раз долю инновационной продукции в выпуске промышленности, в четыре-пять раз – активных организаций в области инноваций (с 9,4 до 40-50) сегодняшний день всего лишь 0,3 наукоёмкой продукции и технологиям принадлежит России (для сравнения: доля США составляет 3616). Поэтому сегодня в нашей стране руководящие работники стали уделять особое внимание вопросам повышения конкурентоспособности национальной экономики в данном направлении, пытаться решить проблему реализации инновационной культуры. Также она исследуется в

специально созданном Совете по национальной конкурентоспособности, в Национальном институте конкурентоспособности, бизнес – сообществе, которое предпринимает попытки решения ее на уровне компаний. В результате исследований было доказано, что производство инновационной продукции открывает возможность для России изменить свой статус «сырьевого придатка» развитых государств и стать центром притока капитала и квалифицированной рабочей силы. Кроме того, отрасли хозяйства и сферы деятельности, основанные на нововведениях, в ближайшие годы будут главным двигателем экономического роста. В свою очередь, для инновационного развития недостаточно только способности организаций к восприятию "чужих" нововведений, необходима способность самим "творить будущее самостоятельно вырабатывать улучшающие изменения и новые ценности. Однако инновации являются источником развития не сами по себе, а только при условии активного и эффективного их использования, и что не менее важно, а может и более - создания благоприятной среды и условий для их производства, которые стимулировали бы отдельных лиц и организации к созданию нового поколения знаний, технологий, бизнес - моделей и систем динамичного управления. На наш взгляд, к свободной и сознательной творческой деятельности человека можно, и в современных условиях, нужно готовить целенаправленно, а в основе развития инновационной экономики должна лежать инновационная культура. Но могут ли быть совместимы инновации и культура? Попробуем ответить и аргументировать свои объяснения с помощью примеров. Что есть культура? Из множества понятий используем характерное для организаций: система ценностей и убеждений, разделяемых всеми работниками компании, предопределяющая их поведение и характер жизнедеятельности организации. Под инновационной культурой мы будем понимать набор поведенческих программ, отвечающих за готовность общества в целом, как к производству, так и к принятию и распространению инноваций; это свободное творение нового с соблюдением принципа преемственности. Отличительные черты инновационной культуры были выделены еще в середине XX века Гораном Эквэллом, шведским ученым, который является пионером в изучении инновационного организационного климата. Это активное участие сотрудников; свобода, доверие и открытость; время для выработки идей; разрешение конфликтов и принятие риска. Как же действует инновационная культура? Одним из механизмов реализации инновационной культуры является «Дорожная карта». Дорожная карта – это наглядное представление пошагового сценария развития определённого объекта – отдельного продукта, некоторой технологии, группы смежных технологий, бизнеса, компании, объединяющей несколько бизнес-единиц, целой отрасли, индустрии и даже плана достижения политических, социальных и других целей. Дорожные карты позволяют просматривать не только вероятные сценарии, но и их потенциальную рентабельность, а также выбирать оптимальные пути с точки зрения ресурсной затратности и экономической эффективности. Еще используется «Концепция семи сил изменения культуры», разработанная нидерландской компанией «Береншот». Это действия, которые включают: необходимость приводящую к движению; видение направлений; успех, порождающий веру и дух силы; побуждающие структуры; достижимые результаты и укрепляющие системы[3]. Их внедрение следует поручить службе управления персоналом. Конкретные способы по осуществлению перехода к инновационной культуре и экономике в организациях уже разработаны многими развитыми зарубежными странами и компаниями. Среди них: Procter & Gamble, Nokia, Lego,

Apple, Hewlett-Packard, Honeywell, General Electric и др. Например, на фирме Hewlett-Packard для обмена идеями между учеными и разработчиками спроектировали помещение лабораторий по-новому: между перегородками была создана «открытая зона», где научно-технический персонал может собираться для обмена мнениями, выпить кофе и продемонстрировать последние достижения. Компания Procter & Gamble, оценивая потенциальные возможности претендентов, сегодня обращает внимание не только на интеллект, образование, лидерские способности, но и на способность адаптироваться, оперативно и качественно применять различные новшества. При приеме на работу применяются тренинговые и игровые методы оценки претендентов. Нельзя не упомянуть опыт Японии и «Японское экономическое чудо» - исторический феномен интенсивного развития экономики середины 1950-х годов. В Японии активно развивается сотрудничество между университетами и компаниями, которое расширяет возможности компаний в инновационной сфере и способствует ориентированию молодых ученых на исследования, представляющие практический интерес. В японских компаниях за прибылью и ценой акций не гонятся. Они, прежде всего, смотрят на удовлетворенность клиента и работников, всегда делают инвестиции именно в долгосрочные цели. А все текущие цели являются подцелями этой самой генеральной цели. Основа успеха японских фирм (Panasonic, Toyota и др.)— в задействовании и системном использовании личностных и групповых свойств персонала фирмы, грамотной увязке естественных для человека стремлений, потребностей, ожиданий с интересами фирмы. Примером организации, которая стала первопроходцем во внедрении инновационной культуры в России, основанной на принципах краудсорсинга, является . . . Сбербанк России. Именно Сбербанк стал победителем международного конкурса «Best Innovator 2012/2013»[4] в номинации «Организационная модель и корпоративная культура». Всего эксперты оценивали результаты инновационной деятельности 30 отечественных компаний – их инновационную стратегию, инновационную организацию бизнеса и культуру, передовые методы управления жизненным циклом продукта, а также оптимальное управление проектами, оптимизацию управления продуктами и процессами, методы поощрения сотрудников и систему компенсаций, "управление знаниями информационные технологии. Сбербанк начал применять краудсорсинговые технологии еще в 2009 году (Краудсорсинг от англ. crowd – «толпа» и sourcing – «использование ресурсов», т.е. решение общественно значимых задач силами множества добровольцев, координирующих свою деятельность, преимущественно, с помощью информационных технологий). Именно тогда была создана "Биржа идей" – внутрикорпоративная система работы с инновациями. На сегодняшний день участниками "Биржи идей" стало более 220 тысяч человек. За четыре года в систему поступило 140 тысяч предложений, экономический эффект от внедрения лучших из них составил 13 млрд. рублей[5]. Как отметил Председатель Правительства Дмитрий Медведев, краудсорсинг помогает использовать знания и экспертный потенциал всех неравнодушных людей. Это подтвердил президент, председатель правления Сбербанка - Герман Греф, назвав краудсорсинг решением задач любой сложности, любого характера, с использованием мудрости миллионов людей, которые обеспечат успешное экономическое и социальное развитие нашей страны. К сожалению, эффективное внедрение инновационной культуры и инноваций во многие другие российские организации затруднено определенными факторами – радикальные преобразования, происходящие в экономическом, политическом и социальном устройстве страны. Особую роль здесь

играет то, что у людей, испытавших на себе существенные негативные последствия реформ, сформировалась отрицательная установка на любые новшества. Что же необходимо сделать, чтобы указанная негативная тенденция не развивалась и дальше? На наш взгляд, люди (персонал) лишь тогда будут с интересом относиться к новому и активно стремиться к практическому внедрению новых идей, когда увидят за этим реальную выгоду, пользу для них. Для этого нужно создавать такой инновационный психологический климат в организации, который будет способствовать развитию экономики и экономических отношений, начиная с изменений установок и консервативных взглядов менеджеров компаний, ассоциаций, и в итоге – государства в целом. Сегодня весьма актуален инновационный тип организационного развития, повышающий конкурентоспособность и инвестиционную привлекательность, которая так необходима современным российским компаниям. В заключении отметим, что внедрение инноваций и новых форм организационных отношений способствует укреплению лидерства нашей страны в интеграционных экономических процессах, а значит и развитию взаимоотношений с западными и восточными партнерами, которые постепенно преобразуют Россию в один из глобальных центров мирохозяйственных связей.

### Литература

1. Информационно-правовой портал «Гарант». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.garant.ru>. Дата обращения: 10.11.13.
2. Инновационная Россия 2020: анализ состояния и стратегии развития // «Коммерсантъ», № 16 от 01.02.2011. С. 24.
3. А.А. Малышев. Инновационность корпоративной культуры компаний как условие модернизации российской экономики // «Российский внешнеэкономический вестник». № 8, 2011. С. 99.
4. Сбербанк стал победителем конкурса инновационной корпоративной культуры. Новостная лента. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://primamedia.ru/news/economics/>. Дата обращения: 10.11.13.
5. Официальный сайт Сбербанка России. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sberbank.ru>. Дата обращения: 10.11.13.

### Слова благодарности

Благодарю организаторов III Международного молодежного форума финансистов, которые предоставили возможность участия в такого рода мероприятии, который подразумевает обмен мнениями, общение с ведущими учеными, молодыми специалистами в области финансов, и студентами, заинтересованными проблемами экономики и будущим развитием нашей страны.

### Иллюстрации



Рис. 1: Дорожная карта для инновационной культуры