

В последние годы в российских вузах стали появляться специальности с эпитетом «инновационный», среди которых самой распространённой является «инновационный менеджмент».

На мой взгляд, эта ситуация вполне напоминает то, что мы наблюдали в 90-х, когда было очень модно слово «менеджер» и в итоге в России существовали сотни тысяч менеджеров, не нашедших работу и вместе с тем плохо подготовленных. То же самое в своё время было с юристами, экономистами... И главное, в эти периоды рынку и фирмам реально не хватало качественных работников – этих самых менеджеров, юристов и экономистов.

Сегодня рынку нужны управленцы инновациями (в связи с курсом на инновации всей экономики), но качественных кадров нет. Я бы сказал, что инновационные менеджеры в принципе нужны компаниям, но ни одна из них не заявляет в такой формулировке, как «нам нужен инновационный менеджер». Более того, мы ежемесячно осуществляем мониторинг состояния рынка труда и видим, что даже по поиску «менеджер проекта» вакансий, предполагающих обязанности инновационного менеджера, найти не удаётся. Если мы забиваем в строку поиска «менеджер проекта» на портале, скажем, HeadHunter, на экране появляется большое число предложений по трудоустройству... в один из строительных проектов. Слова «инновации», «НИОКР» в полученных в результате поиска описаниях потенциальных мест работы вообще не присутствуют.

«Яндекс.Работа» находит 80 вакансий с заголовком «инновационный менеджер» (и не факт, что все эти вакансии реально предполагают соответствующие обязанности), в то время как американский сайт salary.com содержит более 50 тысяч (!) объявлений о поиске менеджеров по инновациям.

К счастью, сегодня инновационных менеджеров выпускают меньше, чем просто «менеджеров», скажем, в 1995 году. Но и потребность в инновационных менеджерах слишком мала. Поделюсь фактами: из всех ребят, с которыми Национальная Гильдия Инновационных Менеджеров, которой я руковожу, работала в течение 5 лет (начиная с 2007 года), в инновационной сфере, по профилю, работает не более 10 процентов. Это после того, как мы отобрали из обучаемых в российских вузах лучших, после того, как они прошли серьёзный курс обучения и практической подготовки по профилю и получили конкурентное преимущество перед теми, кто заканчивал вуз по специальности «инновационный менеджмент» вместе с ними. Большая же часть из подготовленных нами выпускников продолжают идти в качестве работников офисов в банки, в страховые компании...



Получается, Россия обладает огромным потенциалом в сфере научных разработок, но управлять качественно мы ими не умеем. При всём при этом менеджер не обязательно должен быть профессионалом в той отрасли, в которой ведёт проект. Во-первых, он, прежде всего, должен уметь оценить коммерческую перспективность проекта и соответственно должен быть специалистом именно с этой точки зрения. Во-вторых, основная функция менеджера состоит не в том, чтобы заниматься научной деятельностью, его основная цель — достать ресурсы на НИОКР и обеспечить их рациональное использование для реализации проекта. Людей, способных решить две эти задачи, в России фактически нет.

Почему так происходит? Если в вузе инновационного менеджера учат тому, из чего состоит локомотив (а так происходит на деле), это даёт знания, но не более того. С точки зрения формирования мотивации к работе с инновациями более полезен курс, в котором бы рассматривались проблемы, существующие в этой сфере, и определялись подходы к решению этих проблем. Пока это очень сложно, так как преподавателей, которые могли бы вести занятия по подготовке технических специалистов и менеджеров именно в таком ключе, в российских вузах нет. То есть **предприятия хотят одно, а вузы преподают другое.**

Давайте вспомним, что в нашей стране существует «Программа 2020», согласно которой Россия к 2020-му году должна стать инновационной державой. Так вот, студенты 3-4 курсов технических специальностей, которые к 2020 году станут руководителями среднего звена производства, — как раз те студенты, об уровне подготовки которых я веду речь. Пока они прислушиваются к рекламе по телевизору и считают, что «инновация» — **этот тот самый шампунь с активными биодобавками...**

Как всё изменить? Во-первых, конечно, привлечь реальных владельцев инновационных компаний к работе с вузами. Пусть это будут вечерние курсы, мастер-классы, разовые консультации, но потребности бизнеса должны как-то быть донесены до аудитории студентов.

Во-вторых, я хочу обратить внимание на тот факт, что **в нашей стране существует довольно много людей, которые всю свою жизнь – в годы научного «бума» в СССР – проработали инновационными менеджерами, хотя никто никогда подобным образом их специальность не называл.** Это бывшие руководители опытного производства, которые управляли внедрением новых технологий на заводах, фабриках и т.д. Сегодня это люди среднего или выше среднего возраста, которые в свое время занимались трансфером инноваций в промышленность и занимаются этим до сих пор, и их, кстати, довольно много — для пока не столь большого российского рынка венчурной индустрии. И главный вопрос здесь: как этих людей «вытащить» с простаивающих заводов и фабрик и подтолкнуть к работе в стартапах и в корпорациях, которые составили «программы инновационного развития», но пока не представляют, что с ними делать.

«Менеджеры советской закалки» приобрели огромный опыт, а это намного важнее, чем овладеть знанием теории (у менеджеров сегодняшних стартапов за плечами лишь MBA). У таких людей отличное чутьё — они чувствуют, какие проблемы могут возникнуть с внедрением, умеют точно ответить, стоит ли брать на работу того или иного рабочего в цех, вплоть до предсказания того, запьёт он в первую неделю или нет... И многим инновационным проектам знания таких менеджеров бы пригодились. Возможно, нашему государству стоит выступить с инициативой создания «школы» для менеджеров советского периода, позволить им понять, в какой парадигме инновационная экономика развивается сейчас.

Важно только, чтобы такие специалисты работали именно на стадии опытного производства, а не пытались привлечь инвестиции на посевном этапе. Такие люди должны переходить из проекта в проект, работая только на одной стадии. И то, что после каждого нового «майлстоуна» в инновационный бизнес должен приходиться новый менеджер, абсолютно верный подход. Если в самом начале развития проекта менеджер должен искать деньги и суметь подтвердить заявленные в исследованиях свойства продукта (а для этого нужен менеджер определённого склада ума, определённой квалификации), то впоследствии в компанию должны прийти «производственники». После того же, как производство отлажено, в бизнес приходит менеджер коммерческих продаж, благо таковых сегодня на рынке довольно много. Я ещё раз резюмирую: один менеджер должен уходить из проекта, получив свой бонус, уступая место менеджеру, специализация которого соотносится со следующей стадией. И подобный «круговорот менеджмента» и есть способ движения проекта вперёд.