

Государственная поддержка инновационных программ вузов, учреждений начального и среднего профессионального образования, а также создание новых федеральных университетов направлены на модернизацию материально-технической базы учреждений, внедрение новых программ и технологий и в целом – повышение качества профессионального образования, его взаимозависимости с экономикой страны и отдельных регионов. Открытие новых бизнес-школ также напрямую ориентировано на прорывное развитие отечественной экономики, на формирование собственной системы подготовки управленческих кадров высочайшего класса. Интернетизация российского образования нацелена на распространение через образование современных технологий во все сферы производства и общественной жизни. Выравнивание возможностей всех российских школьников и учителей обеспечивает принципиально новое качество образовательных услуг. Кроме того, разработка электронных образовательных ресурсов нового поколения приведёт к принципиальным изменениям результатов образования, расширению возможностей реализации индивидуальных образовательных программ. Поставляемые в рамках нацпроекта учебное и учебно-наглядное оборудование, а также автобусы для сельской местности существенно повышают доступность качественного образования для всех российских школьников.

**В.А Лаптанович, Т.А Ванеева**

*Сибирский государственный университет путей сообщения*

## **ИННОВАЦИОННЫЕ ПУТИ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ**

Когда дело касается процветания на современном мегаконкурентном рынке, тактика «тише едешь – дальше будешь» уже не подходит. Как выделиться из общей массы компаний и начать диктовать рынку свои условия? Как добиться громких побед в бизнесе? Этому стоит поучиться у компаний-мавериков.

«Маверики» – люди, не похожие на других; чудаки-индивидуалисты, предпочитающие идти своим путем. Компании-маверики благодаря своей необычной бизнес-модели выделяются из толпы и меняют ситуацию на рынке. Интерес к ним постоянно растет, как растет и число желающих перенять опыт этих необычных учителей.

А теперь я хочу предложить вам подумать? Какие идеи отстаивает ваша компания? Какие ценности она проповедует? Какой цели служит? Предназна-

чение и миссия компании – это то, чем вы можете отличаться от остальных. Теперь главное – оригинальность.

Банк ING Direct поставил своей целью «вести американцев назад к сбережениям» и свято следует своей миссии. Банк не выпускает кредиток, не предлагает автокредитов и не открывает клиентам текущие счета, потому что все эти услуги заставляют людей тратить, а не накапливать. У ING Direct нет клиентских офисов и банкоматов. Он намеренно делает свои продукты очень простыми. И все это помогает увеличить процентные ставки. В итоге этот необычный банк в 2011 году, имея всего тысячу сотрудников, получил \$250.

Подчиненные – последний пункт в списке стратегических приоритетов большинства руководителей. Новые идеи стоят в этом списке выше. Однако самый прямой способ наполнить компанию отличными идеями – это наполнить ее умными людьми.

Если вы хотите заполнить свою компанию сногсшибательными сотрудниками, «нельзя сидеть и ждать, пока они постучат к вам в дверь. Нужно стучать в их двери и убеждать их прийти к вам в офис».

Сотрудники компаний-мавериков постоянно находится в процессе обучения. Любой сотрудник Pixar, будь то техничка или маркетолог, параллельно с работой получает образование в области кино.

Конечно, далеко не всем подходит стиль компаний-мавериков. Не все рынки уже так насыщены, как американский, где традиционные методы бизнеса уже не дают нужных результатов. Однако именно «чудаки» определяют, как будет выглядеть бизнес завтра, и многие компании (даже такие гиганты, как IBM и Procter & Gamble) уже сегодня используют эти необычные приемы

#### Список литературы:

1. Дон Тапскотт, Энтони Д. Уильямс. Викиномика. Как массовое сотрудничество изменяет все. изд-во Advanced management institute. 2010г.
2. Клейтон М. Кристенсен. Дилемма инноватора. Как из-за новых технологий погибают сильные компании. Издательство: Альпина Бизнес Букс. 2011г.
3. Манчулянцев О. Как вырастить компанию на миллиард: Прописные истины венчурного бизнеса. Издательство: Альпина Паблишерз. 2011г.
4. Серджио Зиман. Бессмысленные инновации или осмысленное обновление. Издательство: Эксмо. 2010г.