

ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ СРЕДЫ В РОССИЙСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ: МЕХАНИЗМЫ АДАПТАЦИИ И СТИМУЛЫ ДЛЯ РАЗВИТИЯ

FORMATION OF AN INNOVATIVE ENVIRONMENT IN RUSSIAN ORGANIZATIONS: ADAPTATION MECHANISMS AND INCENTIVES FOR DEVELOPMENT

ПОЛУЧЕНО 07.05.2024 ОДОБРЕНО 24.05.2024 ОПУБЛИКОВАНО 30.08.2024 УДК 316.72 DOI: 10.12737/2305-7807-2024-13-5-47-51



СЕДЛЕЦКИЙ А.В.

Канд. социол. наук, доцент, доцент кафедры менеджмент и государственное управление, ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет», Пенза

SEDLITSKY A.V.

Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor, Department of Management and Public Administration, Penza State University, Penza

e-mail: alexsus_75@pnzgu.ru

Аннотация

Статья посвящена исследованию формирования и реализации инновационной среды в отечественных организациях. Инновационная культура общества характеризуется культурой, которая ценит и поощряет инновации, давая возможность людям внедрять изменения в различных областях деятельности. Инновационная культура, возникающая в организациях играет огромную роль в их развитии. Цель исследования – выявить особенности инновационной культуры, которые можно оценить количественно посредством анализа механизмов адаптации организаций к различным изменениям в разных сферах жизни общества, чтобы получить лучшее понимание того, как реагировать на эти изменения. Научная новизна исследования состоит в выявлении организационных практик, направленных на поощрение участия сотрудников в генерации новых идей, облегчение коммуникации внутри организации и сотрудничества за ее пределами, а также распространение инновационных ценностей среди сотрудников. Практическая ценность исследования состоит в выявлении состояния среды внутри компаний, способствующей творчеству и побуждающей сотрудников выдвигать и реализовывать инновационные идеи.

Ключевые слова: инновационная деятельность, инновационная культура, инновационная среда, инновационные ценности, инновационные предложения, адаптация, инновационные возможности.

Abstract

The article is devoted to the study of the formation and implementation of an innovative environment in domestic organizations. An innovative culture of a society not only allows for the creation and implementation of innovations, but also includes mechanisms that enable people to adapt and exploit changes in various areas. The place and role played by innovative culture in modern organizations is considered. The purpose of the study is to study the advantages of an innovative culture, which can be identified by analyzing the mechanisms of adaptation of organizations to various changes in various spheres of society. The research highlights organizational practices that aim to encourage employee participation in the generation of new ideas, facilitating communication within the organization and cooperation outside it, as well as disseminating innovative values among employees. The practical value of the study is to identify the state of the environment within companies that promotes creativity and encourages employees to put forward and implement innovative ideas.

Keywords: innovative activity, innovative culture, innovative environment, innovative values, innovative proposals, adaptation, innovative capabilities.

ОСОБЕННОСТИ ИННОВАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ

Инновации напрямую оказывают влияние на рост благосостояния современного общества. В настоящее время драйвером экономического роста страны становятся интеллектуальный и инновационный потенциал общества. Чтобы решить основные государственные задачи, устранить безработицу и экономический кризис, нужна высокая инновационная культура. Такая культура необходима для восприятия новаций работником, организацией и обществом, способности к внедрению новшеств. Инновационной культурой организаций можно считать совокупность компетенций для реализации новаций в разнообразных сферах деятельности человека [1, с. 102].

Идея инновационной культуры основана на возможностях работников, подлинном опыте стремления к созданию и реализации конкретных инноваций в различных областях, сохранении динамической интеграции старого, современного и нового в рамках инновации, которые включают в себя создание чего-то нового. Инновационная культура в обществе способствует формированию готовности персо-

нала на предприятиях к инновационной деятельности во всех направлениях.

Именно инновационная культура может являться звеном, интегрирующим научные исследования, общественную и профессиональную практику в разных сферах человеческой деятельности.

Инновационная культура человека также является отражением его ценностного поведения по отношению к инновациям, которое охватывает все стороны жизни, включая его стремления, способности и опыт.

Русский философ Б.К. Лисин утверждает, что инновационные культуры присутствуют в человеческой культуре во всем мире и считаются частью культурного процесса выявления инновационных культур, где люди открыты для принятия разнообразия, несмотря на воспринимаемые различия, примером чего является проблема перехода от толерантности к принятию инновации [3, с. 45].

Деятельность человека как личности приводит к различным модификациям в сфере культуры. Результат инновационной культуры связан с продуктом культуры. Таким продуктом культуры является человек. Формирование организационной культуры связано с деятельностью по при-

влечению и применению инноваций. Со временем традиционные ценности сменяются новыми при переходе человечества в своем развитии от старой к новой культуре. Трансформация культуры имеет связь со многими проявлениями инновационной деятельности на разных этапах развития общества.

Еще во времена первобытного общества возникли традиции, которые транслировались последующим поколениям.

Возникновение культурных инноваций способствовало формированию новых цивилизаций [8].

По ходу развития общества происходят изменения в культуре, что связано с появлением новых форм удовлетворения человеческих потребностей для приспособления к новой жизненной среде [2, с. 5].

Разные страны различаются инновационным потенциалом. В развитых странах имеется более техногенная цивилизация и большая численность населения. Для постиндустриального развития у менее развитых стран появились возможности применять достижения научно-технического прогресса [4].

Между инновациями и традициями имеются отношения, которые способствуют появлению инноваций, в основе которых и лежит инновационная культура. Традиции и инновации имеют большое значение, которое проявляется в их тесной взаимосвязи. Тем не менее традиции лежат в основе любого прогресса. В обществе могут наблюдаться регрессивные процессы, когда забывают о традициях.

Общества должны меняться одновременно. Социальный прогресс опирается на инновации и традиционализм как наиболее важные предпосылки прогресса.

Общество оказывает влияние на инновационную деятельность посредством повышения востребованности инноваций.

В настоящее время и государство, и общество несут ответственность за создание инновационной культуры. Россия находится в процессе инновационного развития, предполагающего создание инновационной культуры, привлекающей все больше представителей власти и бизнеса.

Помимо инновационной культуры, существуют также такие разновидности взаимосвязанных между собой культур, как юридическая, управленческая или корпоративная.

На инновационную культуру может оказать влияние культурное разнообразие сообщества.

Инновационная культура предприятий представляет собой сложившуюся систему ценностей, представлений, стереотипов, знаний норм поведения, разделяемых всеми сотрудниками предприятия и направляемых ими на непрерывное развитие всех сфер деятельности [5, с. 96].

Продвигая инновационную культуру личности, можно сформировать общество, которое ценит личность, а общество, которое ценит личность, является отражением высших ценностей, прилагаемых к человеку. Б. Санто утверждает, что новое общество — это интеллектуальное общество, особенно на глобальном уровне, где имеются люди, которые поставили перед собой цель и участвуют в постоянных интеллектуальных поисках [6, с. 8].

Роль, которую несет личность как часть культуры с точки зрения традиций, языка, духовности и мировоззрения, определяется культурой. Культурные инновации улучшают психическое благополучие, усиливают эмоции человека, развивают конструктивные и творческие импульсы, стимулируют самореализацию и творчество.

Развитие государства основано на сильной и инновационной культуре, которая имеет основополагающее значение для его развития. Инновационная культура является долгосрочным активом экономического развития, поскольку она способствует инновациям [7, с. 10].

В наше время инновационная культура представляется необходимым условием, поскольку она является двигателем прогресса как личности, так и общества.

Инновационная культура имеет значительное «антибюрократическое и творческое влияние». Возможности государства должны быть полностью использованы для удовлетворения основных потребностей его процветания при условии удовлетворения потребностей процветания государства.

ИССЛЕДОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ В РОССИЙСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Научно-исследовательским управлением Высшей школы экономики приведены результаты исследований об отношении работников российских организаций к инновационной среде, сформированной в современных организациях.

Компании должны разрабатывать новые услуги и продукты, чтобы проникнуть на рынок и создать среду, способствующую инновациям. Убеждения и ценности организационного лидерства, а также внедренные практики управления, направленные на повышение реагирования сотрудников на инновации и активизацию инновационных процессов, играют решающую роль в этом процессе.

Инновационное поведение высокотехнологичных предприятий находится в центре внимания исследований с использованием результатов специализированного опроса, проведенного в период с 2020 по 2022 г. на 710 предприятиях высокотехнологичных и среднетехнологичных отраслей обрабатывающей промышленности.

Экономическая деятельность представляет собой репрезентативную выборку экономической деятельности, тогда как экономическая деятельность не является репрезентативной выборкой всей экономической деятельности. Соответствующая корректировка веса учитывала фактическую структуру российской экономики, на которую повлиял фактический состав экономики.

Опрос показал, что пять центральных методов управления составляют инновационную культуру организаций, которые характеризуются сильной ориентацией на инновации посредством стратегической ориентации, обучения и вовлечения сотрудников, организационной гибкости и открытости. Эти пять блоков разбиты на пять ключевых практик управления.

С помощью составного индекса можно оценить уровень, в котором инновационная культура отражает инновации в традиционных высокотехнологичных секторах: фармацевтике, электронике, химической промышленности и автомобилестроении.

Получен умеренный балл 3,85 балла из пяти возможных, что свидетельствует о том, что высшее руководство оправдало внутренние ожидания инновационного развития (рис. 1).



Рис. 1. Инновационная культура в российском хайтеке: 2022

Инновационная культура меняется в прогрессивном порядке: оценки текущего состояния варьируются от 3,26 (условия внутреннего предпринимательства) до 4,24 (готовность персонала доносить свои идеи до руководства) и выше. Ожидания сохраняются стабильными в течение трехлетнего периода с ограниченным прогнозом: без существенного ухудшения или улучшения общего состояния (сводный индекс ожиданий — 3,8) и по конкретным факторам.

Ориентация на инновационно ориентированный рост (4,03 и 3,97 соответственно) на предприятиях является наиболее значимой чертой инновационной культуры с точки зрения оценок текущего состояния и будущих перспектив. Сотрудники воспринимают стратегические приоритеты и ценности компании (4,05), поскольку они отражают твердую приверженность инновациям, разделяемую всеми технологическими компаниями.

Внутренняя открытость, которая предполагает содействие командной работе и межфункциональному сотрудничеству (4,17) и понимание сотрудниками важности общения (4,11), а также продвижение культуры сотрудничества и взаимодействия (4,18), также важна для высокотехнологичных компаний.

Внешняя открытость воспринимается респондентами несколько хуже, но не критично. Несмотря на активное использование внешних каналов получения информации (4,19), степень сотрудничества с российскими вузами и научными организациями в сфере образования (3,28) и взаимодействия с потребителями при разработке инноваций (3,43) остается ограниченной.

Данные на рис. 2. демонстрируют оптимистичный отклик, так как большинство участников опроса были настроены оптимистично. На протяжении трехлетнего периода позитивный прогноз сохранялся, но доля лиц, оставшихся верными своим оценкам, росла: 36,5% топ-менеджеров обсуждали вероятность «слабой реакции» или «отсутствия изменений» в будущем. Компании стремятся поддерживать нынешнюю инновационную культуру, а не развивать такую, которая уже сложилась.

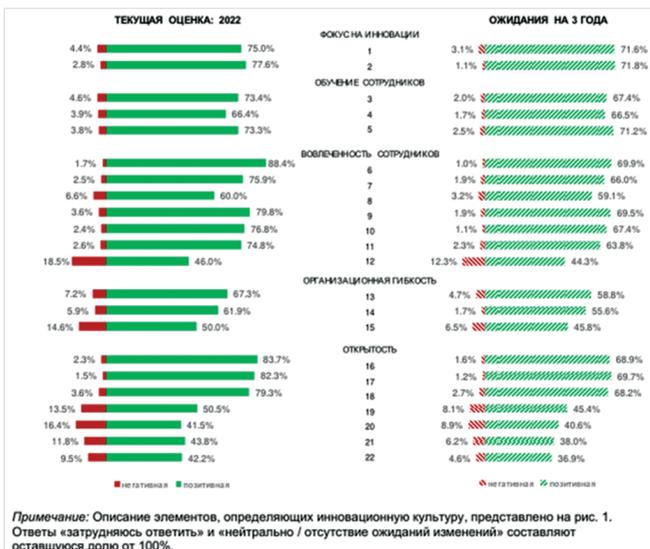


Рис. 2. Баланс между негативными и позитивными оценками по компонентам инновационной культуры (% от опрошенных хайтек-предприятий, оценивших текущее состояние/ожидания негативно (1–2 балла) или позитивно (4–5 баллов))

Организационно-финансовая поддержка предприятий по апробации инновационных проектов и испытаний новых технологических решений, в том числе инициированных

работниками (18,5% и 12,3%), носит преимущественно отрицательный характер в связи с их способностью оказывать организационную и финансовую поддержку. Почти каждая десятая организация сообщает об отсутствии связей с университетами и научными организациями, особенно в сфере образования (1,6% и 8,9%) и инновационной деятельности (13,5% и 8,1%) в двух ключевых областях совершенствования и инноваций.

Степень инновационности, достигнутой в инновационной культуре, можно определить путем сравнения уровня оценки с конкретной отраслью бизнеса (рис. 3). Инноваторы, успешно внедрившие свою новую продукцию, по сравнению с предприятиями, не занимающимися инновациями, как правило, больше внимания уделяют созданию условий для развития инноваций. Основными преимуществами этого являются его «открытость» — способность использовать внешние и внутренние знания для ускорения процессов генерации инноваций (4,12), а также способность создавать мотивирующую атмосферу и вовлекать сотрудников на всех уровнях (3,97).

Руководители современных высокотехнологичных предприятий обладают способностью предвидеть будущее с наивысшим уровнем оптимизма (композитный индекс ожиданий — 3,86).

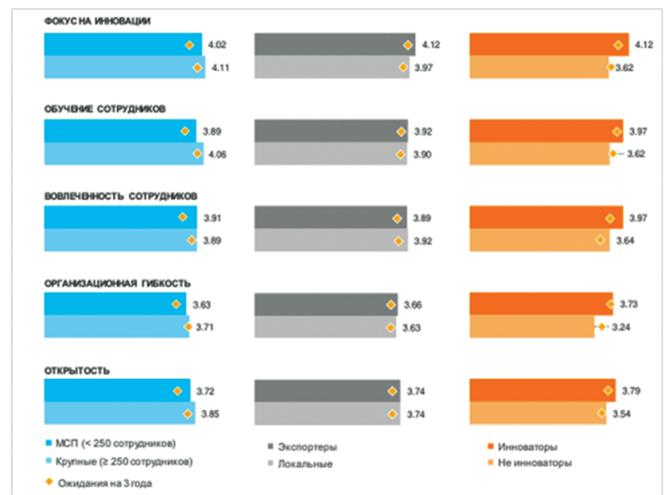


Рис. 3. Оценка компонентов инновационной культуры по типам хайтек-предприятий: текущее состояние и ожидания на 3 года

Величина различий в оценках, основанных на размере предприятий и ориентации на зарубежные рынки, более выражена. Наибольший контраст наблюдается между крупным бизнесом и предприятиями-экспортерами, которые чаще отдают приоритет росту, основанному на инновациях (оценка —4,11 и 4,12 соответственно) (см. текущую ситуацию).

Высшее руководство крупных корпораций стремится продвигать практику обучения сотрудников (4.06), являясь для них примером для подражания, определяя направление и цели инновационного развития, участвуя в инновационных процессах, мотивируя сотрудников к инновационным идеям.

Чтобы сотрудники могли реагировать на инновации, важно создать для них благоприятную среду внутри организации. Сотрудники нередко проявляют готовность и восприимчивость к изменениям, и зачастую невозможно обязать их принять и инициировать такие изменения. Чтобы полностью стимулировать инновационное мышление сотрудников, управление организационными изменениями использует уникальный подход [9].

ВОВЛЕЧЕННОСТЬ СОТРУДНИКОВ ОРГАНИЗАЦИЙ В ГЕНЕРАЦИЮ НОВЫХ ИДЕЙ

Влияние сотрудников организаций на инновационное производство исследуется посредством репрезентативного опроса работающего населения в возрасте 18–65 лет ИСИЭК НИУ «Высшая школа экономики» в декабре 2018 г. — январе 2019 г. и в сентябре 2020 г. — январе 2021 г. Объем выборки — 4163 и 4036 респондентов соответственно. Опросы возрастной группы 18–65 лет, демонстрирующие участие работающего населения в инновационных процессах, позволяют предположить, что роль работающего населения не столь значима в создании инноваций.

Из-за влияния пандемии *COVID-19* в 2021 г. доля лиц, выразивших заинтересованность во внедрении инноваций внутри своей организации, составила 5,1%, что является снижением на 1,2 процентных пункта.

Сотрудники более склонны предлагать идеи по улучшению производственных и бизнес-процессов (53%), существующих продуктов (33%) и инструментов (25%), стремясь повысить производительность и бизнес-процессы, по сравнению с работниками, которые не осознают последствий других факторов, таких как инновации в продукции и улучшение качества продукции (рис. 4).

Идея создания новых продуктов и услуг не была распространенной темой для сотрудников, поскольку они часто предлагали идеи.

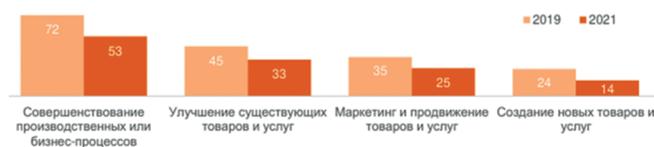


Рис. 4. Категории инновационных предложений сотрудников (% от группы опрошенных работников)

Для роста креативности работников необходимо применять инструменты передачи знаний как вне, так и внутри организации. Применение метода обучения с привлечением сотрудников также способствует росту инновационного потенциала компании.

В 2019 г. опрос показал, что новаторы чаще, чем другие сотрудники, признавали возможность формулировать свои идеи (84%), а затем передавать их руководству (72%), чем передавать их другим сотрудникам, причем последнее было менее вероятно признать это (62% против 45%). На опыт других полагаются более половины (56%) опрошенных, при этом коллеги (26%) более восприимчивы к предложениям, другие организации (25%) более восприимчивы к предложениям или пользователи (8%).

Считается, что методы обучения, такие как специализированное обучение (27%), онлайн-материалы (17%) или чтение профессиональных материалов (15%), играют значительную роль в образовательной практике (22%). Исследования и разработки внутри организации были движущей силой 20% рационализаторских предложений, причем 20% из них были созданы самой организацией.

Результат в большей степени зависит от того, что сотрудники проводят собственный анализ, а не на основе интуиции, и поэтому новаторские идеи с большей вероятностью станут продуктом такого мышления. Инноваторы-новаторы наблюдали только последнее, и только 3% это признали.

Отличие новаторов от других работников проявляется в стремлении к профессиональному развитию и расширению опыта, что усиливает важность использования инструментов развития человеческого потенциала персонала.

В 2021 г. повышение квалификации прошли 11% инноваторов, что выше, чем у остальных респондентов (3%). В 2019 г. большинство сотрудников продолжает обучение самостоятельно (87%), тогда как остальные сотрудники составляют половину этой цифры (42%).

Таким образом, российские предприятия осознают важность создания позитивной среды для творчества и сотрудников для развития своих идей и их реализации, свидетельствуют исследования предприятий и населения, на котором они работают.

Активно развивающиеся организационные практики включают содействие вовлечению сотрудников в создание инноваций, усиление коммуникаций внутри и за пределами организации, а также распространение инновационных ценностей среди персонала. Несмотря на потенциал, которым может обладать российский бизнес-сектор для развития культуры инноваций, риски и возможности неоспоримы [10, с. 70].

Распространение инновационного духа в обществе связано с воспитанием в обществе чувства новаторства, поскольку оно способствует формированию чувства общности и осознанию ценности инноваций, а государство активно занимается решением этой проблемы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Bell D. Notes on the Post-Industrial Society // The Public Interest. 1967, no. 7, p. 102.
2. Бабаян К.Б. Изменение роли человеческих ресурсов в организациях и тенденции в управлении человеческими ресурсами в эпоху цифровизации [Текст] / К.Б. Бабаян // Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России. — 2022. — Т. 11. — № 4. — С. 5–9.
3. Лисин Б.К. Инновационная культура [Текст] / Б.К. Лисин // Инновации. — 2008. — № 10. — С. 45.
4. Николаев А. Инновационное развитие и инновационная культура [Текст] / А. Николаев // Теория и практика управления [Электронный ресурс]. — URL: http://vasilieva.narod.ru/ptpu/9_5_01.htm (дата обращения: 02.12.2015).
5. Полутин С.В. Формирование социального механизма мотивации работников к инновационной деятельности [Текст] / С.В. Полутин, А.В. Седлецкий // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. — 2015. — № 4. — С. 96–103.
6. Санто Б. Сила инновационного саморазвития [Текст] / Б. Санто // Инновации. — 2004. — № 2. — С. 8.
7. Седлецкий А.В. Предпосылки формирования креативного класса в постиндустриальном обществе [Текст] / А.В. Седлецкий // Социально-экономические явления и процессы. — 2018. — Т. 13. — № 103. — С. 7–13.
8. Суханова М.А. Традиции и инновации в культуре [Электронный ресурс]. Antropology.ru
9. Цветкова И.В. Элементы инновационной культуры [Текст] / И.В. Цветкова // КНЖ. — 2016. — № 2.
10. Шанина Е.В. Новые требования к человеческим ресурсам в условиях информационного общества [Текст] / Е.В. Шанина, А.В. Седлецкий // Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России. — 2022. — Т. 11. — № 4. — С. 70–73.

REFERENCES

1. Bell D. Notes on the Post-Industrial Society // The Public Interest. 1967, no. 7, p. 102.
2. Babayan K.B. The Changing Role of Human Resources in Organizations and HRM Trends in the Digital Age. *Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России [Human resources and intellectual resources management in Russia]*, 2022, no. 4, pp. 5–9. (in Russian).
3. Lisin B. K. Innovation culture. *Innovatsii [Innovaci]*, 2008, no. 10, pp. 45. (in Russian)
4. Nikolaev A. Innovative development and innovative culture. *Teoriya i praktika upravleniya [Theory and practice of management]*. URL: http://vasilievaa.narod.ru/ptpu/9_5_01.htm (accessed: 02.12.2015).
5. Polutin S.V., Sedleckij A.V. Formation of a social mechanism for motivating employees to innovative activities. *Izvestiya vysshih uchebnyh zavedenij. Povolzhskij region. Obshchestvennye nauki [News of higher educational institutions. Volga region. Social Sciences]*, 2015, no. 4, pp. 96–103. (in Russian)
6. Santo B. The power of innovative self-development. *Innovatsii [Innovation]*, 2004, no. 2, pp 8. (in Russian)
7. Sedleckij, A.V. Prerequisites for the formation of a creative class in post-industrial society. *Sotsial'no-ekonomicheskie yavleniya i protsess [Socio-economic phenomena and processes]*, 2018, no. 13, pp. 7–13. (in Russian)
8. Suhanova M.A. Traditions and innovations in culture. *Antropology.ru [Antropology.ru]* URL: http://educionnov_65.html
9. Cvetkova I.V. Elements of innovation culture. *KNZh [KNZH]*, 2016, no. 2. (in Russian)
10. Shchanina E.V., Sedletsky A.V. New requirements for human resources in the information society. *Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России [Human resources and intellectual resources management in Russia]*, 2022, no. 4, pp. 70–73. (in Russian)

Борисов К.

КОМАНДО (С). КАК ДОСТИГАТЬ БОЛЬШИХ ЦЕЛЕЙ ВМЕСТЕ

М.: Альпина Pro, 2023, 144 с.

Что делать, если темпы развития компании не радуют: продажи падают, ценные сотрудники уходят, а люди, остающиеся на местах, работают неэффективно? Найти ответ на этот вопрос вам поможет Константин Борисов, лидер консалтинговой компании Support Partners и ведущий тренинга Командо (с).

Опираясь на свой профессиональный и личный опыт, он делится простой и эффективной методикой выявления истинного потенциала сотрудников, а также открывает секреты грамотного управления человеческим ресурсом, от которого, главным образом, и зависит ваш успех.

Книга будет полезна руководителям высшего и среднего звена, директорам по персоналу, а также всем, кто заинтересован в карьерном росте и создании собственной эффективной команды.

