

Научная статья
УДК 331

Ю.С. Гаранина, Н.А. Молодчик

Yu.S. Garanina, N.A. Molodchik

Пермский национальный исследовательский политехнический университет,
г. Пермь, Российская Федерация

Perm National Research Polytechnic University, Perm, Russian Federation

ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ВОСПРИИМЧИВОСТИ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

FORMATION OF THE INNOVATIVE RECEPTIVITY OF THE COMPANY'S STAFF

В данной статье рассматривается один из подходов, который помогает российским предприятиям укрепить свои позиции на рынке, – инновационная восприимчивость персонала. Выявлены основные инструменты инновационной культуры, которые способствуют повышению восприимчивости сотрудников к инновациям. Рассмотрены отличия различных концепций культур, представлена схема взаимосвязи организационной и корпоративной культур. В качестве примера исследована эффективность применения инструментов культуры в одной компании и разработан комплекс мероприятий, которые могут помочь улучшить инновационную восприимчивость персонала.

Ключевые слова: организационная культура, корпоративная культура, инновационная восприимчивость персонала.

This article discusses one of the approaches that helps Russian enterprises strengthen their positions in the market – the innovative receptivity of staff. The main tools of innovation culture have been identified, which contribute to increasing employees' receptivity to innovation. The differences between different cultural concepts are considered, and a diagram of the relationship between organizational and corporate cultures is presented. As an example, the effectiveness of using cultural tools in an existing company has been studied and a set of measures has been developed that can help improve the innovative receptivity of staff.

Keywords: organizational culture, corporate culture, innovative receptivity.

Актуальность работы заключается в том, что на сегодняшний день в условиях нестабильной политической и экономической ситуации, жесткой конкуренции, внедрения инновационных технологий российские компании сталкиваются с немалыми трудностями, которые препятствуют развитию предпринимательства и приводят к ослаблению конкурентоспособности предприятий.

По итогам 2021 г. компания Boston Consulting Group определила топ-50 наиболее инновационных компаний, среди которых нет ни одного российского представителя, что свидетельствует о наличии проблем [1].

На фоне перечисленных трудностей отечественным предприятиям целесообразно укрепить свое положение на рынке и достичь более высокого уровня конкурентоспособности. Поэтому высокую значимость приобретает подход, направленный на повышение инновационной восприимчивости компании [2].

Инновационная восприимчивость – это способность социально-экономических систем включать в свою структуру и деятельность (восприимчивость) изменения, вызванные инновационным процессом [3].

Важным фактором повышения инновационной восприимчивости компании, то есть способности к внедрению и использованию инноваций, является развитие инновационной организационной культуры [4].

Инновационная организационная культура – это система распространенных на предприятии норм и ценностей, которая обеспечивает высокий уровень восприятия, инициации и реализации инноваций [5].

При создании соответствующих благоприятных условий в компании с помощью «правильной» организационной культуры у людей создается или повышается инициатива к инновационной восприимчивости. Существуют доказательства влияния инновационной организационной культуры на инновационную восприимчивость персонала [6].

Инновационная восприимчивость персонала подразумевает готовность работников осваивать и внедрять технические и технологические инновации на предприятии, а также самостоятельное стремление персонала к поиску информации о новшествах для усовершенствования производственных процессов.

Ключевыми инструментами инновационной культуры, стимулирующими повышение инновационной восприимчивости персонала, являются:

– *обучение и развитие персонала*. Процессы обучения и развития способствуют более глубокому осознанию и усвоению новых идей [7];

– *система мотивации*. Мотивация является определяющим фактором, который влияет на выбор сотрудниками определенной модели поведения и их способность использовать свой потенциал при выполнении профессиональных обязанностей [8];

– *корпоративные ценности предприятия*. С помощью своих ценностей корпоративная культура воздействует на внутренние ценностные установки сотрудников, что стимулирует их стремление к инновациям, поиску новых воз-

возможностей и улучшению рабочей среды. Такая культура способствует созданию атмосферы, где сотрудники активно творят и стремятся совершенствовать все, что окружает их в рабочей сфере [9].

В проведенных выше исследованиях используются концепции корпоративной и организационной культуры, которые часто рассматриваются как взаимозаменяемые. Однако на самом деле эти концепции обладают принципиальными отличиями. Были рассмотрены два подхода по разграничениям рассматриваемых культур.

1. Современный подход базируется на принципе рассмотрения персонала не только как совокупности работников, а как целого объекта управления, учитывая его особенности и потребности. Таким образом, основная цель организационной культуры заключается в грамотной организации управления, которое необходимо для достижения миссии компании. В свою очередь, корпоративная культура представляет собой высшую ступень развития организационной культуры и нацелена на поддержание имиджа компании [10].

2. Концептуальная схема соотношения, в которой сопоставляются понятия культур с близкими по смыслу категориями «корпорация», «организационные отношения», «корпоративные отношения». В итоге делается вывод, что корпоративная культура опирается преимущественно на терминальные ценности, настроение, правила поведения, а организационная культура включает инструменты обеспечения функциональной эффективности организации [11].

Современный подход заключается в том, чтобы рассматривать персонал не только как совокупность работников, а как целый объект управления, учитывая его особенности и потребности.

Изучив подходы и существующие исследования, предполагаем, что организационная культура – это система, созданная в процессе трудовой деятельности высшим руководством, для достижения поставленных целей компании. Корпоративная культура – это правила поведения, которые формируют внутри организации определенный тип отношений между сотрудниками для эффективного функционирования компании.

Организационная культура как инструмент повышения инновационной восприимчивости персонала создает стимулирующую рабочую среду, которая способствует выявлению и реализации индивидуальных навыков, талантов и способностей каждого сотрудника, для эффективного достижения целей организации. Корпоративная культура, в свою очередь, формирует привлекательную систему ценностей, улучшая коммуникации между всеми сотрудниками,

укрепляя их приверженность и повышая лояльность к компании. Организационная и корпоративная культура – это разные инструменты по управлению инновационной восприимчивостью персонала.

Для наглядности предложена авторская схема, отражающая понятия и влияния корпоративной и организационной культуры на предприятии (рисунок).



Рис. Структура взаимосвязей между организационной и корпоративной культурой внутри компании (сост. авторами)

Рассмотрим примеры организаций, в которых акцент на инновационную восприимчивость персонала, реализованный с помощью инструментов инновационной культуры, способствовал повышению производительности, экономической стабильности и конкурентоспособности.

1. Японская компания Toyota. Компания развивает культуру непрерывного улучшения и стремления к качеству. Принцип корпоративной культуры в компании – это совершенствование работников с целью повышения эффективности и вовлеченности персонала в дела компании, а также стимулирование инновационной активности сотрудников [9].

2. General Electric. Компания, известная своей культурой инноваций и лидерства. В компании проводятся специальные программы обучения и тренинги для развития управленческого и лидерского потенциала сотрудников [12].

3. Американская компания Ford. Компания стремится создать культуру коллаборации и открытости. Они активно осуществляют взаимодействие с сотрудниками на всех уровнях организации, чтобы быть в курсе их мнений и идей. В компании также существуют программы для помощи сотрудникам в развитии лидерских навыков и достижении профессиональных целей [13].

4. Microsoft. Акцентируя значимость создания инновационной корпоративной культуры, компания сумела придумать новые концепции, которые привели к ошеломляющему росту капитализации с 315 млрд долларов в 2014 г. до потрясающих 775 млрд долларов в 2018 г. [14].

В большей части научных исследований, посвященных развитию инновационной культуры, недостаточное внимание уделяется методологии повышения инновационной восприимчивости сотрудников. Работы чаще ограничиваются теоретическими аспектами, не уделяется достаточного внимания разработке конкретных практических рекомендаций. В связи с этим в данной статье предпринята попытка усилить методологический аспект через разработку комплекса мероприятий по повышению инновационной восприимчивости персонала на примере компании Robotech. Для этого в организации было проведено исследование анкетным методом. Респондентами стали 73 человека (90 % от общего штата сотрудников), занимающих различные инженерно-технические должности. Анкетирование было анонимное, состоящее из 10 открытых вопросов. Цель исследования заключалась в оценке эффективности применения трех ключевых инструментов культуры, влияющих на инновационную восприимчивость персонала компании. По результатам опроса было выявлено:

- в области обучения и развития проблемной зоной является недостаточно разработанная процедура адаптации новых сотрудников и отсутствие необходимой инфраструктуры для поддержки творческой активности;
- мотивация трудовой деятельности сотрудников стимулируется исключительно с помощью премирования и личных слов благодарности;
- в компании слабо развиты корпоративные ценности, нет системы для измерения и точного определения уровня удовлетворенности сотрудников.

В связи с перечисленными факторами возникает явная необходимость совершенствования культуры. Для решения данной задачи была применена модель EFQM, основной целью которой является оказание помощи организациям в управлении изменениями и повышении эффективности их деятельности.

На основе модели EFQM (model 2020), принцип которой заключается в полном понимании деятельности и достижений организации, вытекающих из ее действий, были разработаны рекомендации, позволяющие улучшить инновационную восприимчивость персонала (таблица).

Мероприятия по усовершенствованию организационной культуры
(сост. авторами)

Целеполагание	Создание культуры вовлеченности персонала, а также внедрение творчества и инноваций
Действия	1. Усовершенствование процесса адаптации: – создание преадаптационного периода для информирования о ценностях и целях компании; – развитие наставничества для быстрого усвоения информации и обеспечения обмена опытом и знаниями; – проведение собеседования по итогам адаптации для определения уровня подготовленности сотрудника
	2. Создание программ, способствующих увеличению мотивирования работников: – формирование привлекательной культуры с целью придания общественной ценности каждого работника; – разработка индивидуальной системы вознаграждения; – развитие навыков с помощью модели компетенций, нацеленной на усиление карьерного роста; – разработка привлекательных программ социальных льгот
	3. Разработка системы контроля и анализа уровня удовлетворенности сотрудников
	4. Формирование инфраструктуры творческой и инновационной активности работников: – создание комплекса непрерывных мотивирующих мероприятий; – разработка стратегий, способствующих активному участию сотрудников в развитии компании; – разработка систематического специализированного обучения для усовершенствования квалификации
Результаты	– Формирование приверженности к компании; – удержание талантливых сотрудников; – создание конкурентных преимуществ; – улучшение продуктивности и эффективности сотрудников; – повышение уровня доверия к компании; – развитие потенциала коллективной работы и укрепление командного сотрудничества; – формирование инновационной восприимчивости

Заключение

Научная новизна данного исследования заключается в анализе понятий и влиянии различных культурных концепций на инновационную восприимчивость сотрудников. Кроме того, были выявлены ключевые инструменты культуры, способствующие увеличению восприимчивости сотрудников к инновациям, и исследована эффективность их применения.

Развитие и усовершенствование организационной культуры, нацеленной на инновационную активность, способствует формированию активной инициативной восприимчивости персонала и, как следствие, создания конкурентных преимуществ компании. В современном мире, где конкуренция достигает высоких уровней, эффективное использование организационной культуры может стать мощным инструментом привлечения и удержания талантливых сотрудников, повышения уровня их мотивации, улучшения результативности работы всей организации и создания высоких конкурентных преимуществ.

Список литературы

1. Официальный сайт «BCG» [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.bcg.com/publications/2021/most-innovative-companies-overview> (дата обращения: 24.01.2024).

2. Масленникова Н.П., Румянцев В.С. Формирование и развитие инновационной активности и восприимчивости организаций промышленности [Электронный ресурс] // Вестник университета. – 2012. – № 8. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-i-razvitie-innovatsionnoy-aktivnosti-i-vospriimchivosti-organizatsiy-promyshlennosti> (дата обращения: 20.01.2024).

3. Нелюбина Т.А., Романова О.А. Управление инновационной восприимчивостью социально-экономических систем / Институт экономики УрО РАН. – Екатеринбург, 2010. – 257 с.

4. Трофимова Н.Н. Ключевые проблемы современного корпоративного управления предприятиями реального сектора экономики [Электронный ресурс] // Стратегии бизнеса. – 2020. – № 3 (8). – С. 70–74. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/klyuchevye-problemy-sovremennogo-korporativnogo-upravleniya-predpriyatiyami-realnogo-sektora-ekonomiki> (дата обращения: 20.01.2024).

5. Официальный сайт «Административно-управленческий портал» [Электронный ресурс]. – URL: http://www.aup.ru/books/m6/7_4.htm (дата обращения: 20.01.2024).

6. Яголковская Е.Н. Инновационная организационная культура как фактор повышения инновационной восприимчивости [Электронный ресурс] // Экономинфо. – 2016. – № 25. – С. 82–85. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnaya-organizatsionnaya-kultura->

kak-faktor-povysheniya-innovatsionnoy-vospriimchivosti (дата обращения: 20.01.2024).

7. Райская М.В. Управление инновационной восприимчивостью компании: содержательно-аналитический аспект [Электронный ресурс] // Вопросы инновационной экономики. – 2018. – № 4 (8). – С. 741–752. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-innovatsionnoy-vospriimchivostyu-kompanii-soderzhatelno-analiticheskiy-aspekt> (дата обращения: 20.01.2024).

8. Данилкина Ю.В., Яковлева А.О. Инновационная восприимчивость организации как инструмент повышения инновационной активности бизнеса [Электронный ресурс] // Вопросы инновационной экономики. – 2020. – № 3 (10). – С. 1643–1652. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnaya-vospriimchivost-organizatsii-kak-instrument-povysheniya-innovatsionnoy-aktivnosti-biznesa> (дата обращения: 20.01.2024).

9. Белкин В.Н., Белкина Н.А., Антонова О.А., Лузин Н.А. Влияние корпоративной культуры на инновационную активность персонала предприятий [Электронный ресурс] // Экономика регионов. – 2014. – № 1. – С. 184–195. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-korporativnoy-kultury-na-innovatsionnuyu-aktivnost-personala-predpriyatiy> (дата обращения: 20.01.2024).

10. Романов Л.И., Иванов С.С. Современный подход к различиям организационной и корпоративной культуры [Электронный ресурс] // Вестник науки. – 2018. – № 8 (8). – С. 187–192. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennyy-podhod-k-razlichiyam-organizatsionnoy-i-korporativnoy-kultury> (дата обращения: 20.01.2024).

11. Воронин И.Н., Козлов М.Ю. Корпоративные отношения и корпоративная организация [Электронный ресурс] // Омский научный вестник. – 2007. – № 6 (62). – С. 56–59. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/korporativnye-otnosheniya-i-korporativnaya-kultura-organizatsii> (дата обращения: 20.01.2024).

12. Минервин И.Г. Проблемы управления. Стратегия модернизации: опыт компании GENERAL ELECTRIC [Электронный ресурс] // Социальные и гуманитарные науки: Отечественная и зарубежная литература. Сер. 2, Экономика: Реферативный журнал. – 2018. – № 2. – С. 120–129. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategiya-modernizatsii-opyt-kompanii-general-electric-obzor> (дата обращения: 20.01.2024).

13. Линк Ш. Харизматическая корпорация: финансы, администрирование и управление производством при Генри Форде [Электронный ресурс] // Социология власти. – 2020. – Т. 32, № 1. – С. 263–298. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/harizmaticheskaya-korporatsiya-finansy-administrirovaniye-i-upravlenie-proizvodstvom-pri-genri-forde> (дата обращения: 20.01.2024).

14. Официальный сайт «Forbes» [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/363177-neschastnye-lyudi-kak-stress-sotrudnikov-privodit-k-milliardnym-poteryam> (дата обращения: 24.01.2024).

Сведения об авторах

Гаранина Юлия Сергеевна – магистрант кафедры менеджмента и маркетинга гуманитарного факультета, Пермский национальный исследовательский политехнический университет, e-mail: juliagarantina55@yandex.ru

Научный руководитель – **Молодчик Наталья Анатольевна**, кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга гуманитарного факультета, Пермский национальный исследовательский политехнический университет, e-mail: namdom@ya.ru

Финансирование: исследование не имело спонсорской поддержки.

Конфликт интересов: автор и научный руководитель заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Вклад автора: 100 %.

Получена: 28.03.2024

Одобрена: 29.03.2024.

Принята к публикации: 01.04.2024.

Просьба ссылаться на эту статью в русскоязычных источниках следующим образом: Гаранина, Ю. С. Формирование инновационной восприимчивости персонала предприятия / Ю. С. Гаранина, Н. А. Молодчик // *Master's Journal*. – 2024. – № 1. – Art. № 12.

Please cite this article in English as: Garanina Yu. S., Molodchik N. A. Formation of the innovative receptivity of the company's staff. *Master's Journal*, 2024, no. 1, art. no. 12.