DOI: 10.17117/na.2015.09.260

Поступила (Received): 29.09.2015

<http://ucom.ru/doc/na.2015.09.260.pdf>

Пархоменко О.В. Корпоративная культура как фактор, влияющий на инновационную активность персонала

Parkhomenko O.V. Organization culture as a factor influencing the stuff's innovative activity

В статье рассматриваются пути влияния корпоративной культуры на инновационную активность персонала предприятий. Под корпоративной культурой предприятия понимается система духовных, нравственных и иных ценностей, которая используется и внедряется в трудовую жизнь работников. На основе этой системы на предприятии формируются нормы и правила отношений работников, обычаи, традиции и т.д. Описываются основные барьеры и стимулирующие факторы развития инновационной активности персонала на предприятии

Ключевые слова: корпоративная культура, инновационная активность персонала, механизм влияния корпоративной культуры на инновационную активность персонала

In the article, the ways of influence of organization culture on innovative activity of staff of enterprises are considered. The authors understand the corporate culture of the enterprise as the system of cultural, moral and other wealth, which is used and introduced in labor life of employees. On the basis of this system, the enterprise norms and rules of the relations of workers, customs, traditions etc. are developed. The basic barriers and motivating factors of the staff's innovative activity development are described

Key words: organizational culture, stuff's innovative activity, mechanism of influence of organizational culture on staff's innovative activity

Пархоменко Ольга Витальевна

Аспирант

Омский государственный университет им. М.Ф.

Достоевского

г. Омск, ул. Нефтезаводская, 11

Parkhomenko Olga Vitalevna

Postgraduate

Omsk state university named M.F. Dostoevsky

Omsk, Neftzavodskaya st., 11

В современных условиях обеспечение научно-исследовательской деятельности и инновационной активности становится важным объектом внимания и заботой руководства тех фирм и компаний, которые заинтересованы получить устойчивые конкурентные преимущества и изменить расстановку сил на рынке. Как считают исследователи, предприятие не может и не должно существовать без инноваций. Новшества обеспечивают хозяйствующих субъектов конкурентными преимуществами, которые могут быть как операционными, то есть повышать текущую эффективность деятельности предприятия (снижение себестоимости, расширение рынка и т.п.), так и стратегическими, формирующими неповторимость организации, являющиеся ее достоянием.

При этом активизация человеческого потенциала, как одного из основных факторов развития инноваций, выступает ключевым звеном в функционировании предприятия.

Создание внутри фирмы климата, в котором могут зарождаться и осуществляться новые идеи, намного важнее пунктуального вмешательства в инновационный процесс. Благоприятная для инноваций организация должна поддерживать творческие процессы и обеспечивать возможности для возникновения, сбора, оценки и реализации позитивно оцененных идей вплоть до успешного внедрения на рынок новой продукции.

Содействовать развитию инновационных способностей предприятия может фирменная культура, которая поощряет инновационное поведение, придавая большое значение таким ценностям, как новаторство и творчество, а также терпимое отношение к неизбежным неудачам [4, 1].

Механизм воздействия организационной культуры на инновации, с одной стороны, весьма прост для понимания, но одновременно и весьма сложен для практической реализации. Для описания этого воздействия рассмотрим организационную культуру в общем виде. Организационная (корпоративная) культура это совокупность наиболее важных положений, разделяемых членами организации и выражающихся в заявляемых организацией ценностях, которые устанавливают ориентиры для поведения сотрудников. В нее входят символика, традиции, особенности поведения, манеры работать в конкретной организации. Организационная культура формирует поведение работников и влияет на действия индивидов [2, 170]. В результате этого, соответствующие культурные нормы и ценности становятся сильными средствами стимулирования изобретательности и новаторства. При этом каждая организация имеет уникальную культуру, которая задает форму, уровень и темп инноваций, формирует инновационную конкурентоспособность фирмы. Кроме того, проектирование системы управления инновациями на базе корпоративной культуры позволит не только решить проблему инновационной стагнации и повысит инновационную активность организации, но и будет способствовать формированию инновационной культуры общества за счет введения готовности к разработке, принятию и реализации инноваций в целостно-мотивационную структуру личности персонала организации [1, 52].

В работах российских ученых также уделяется большое внимание проблеме влияния стиля лидерства на инновационную активность. Удалось выделить ряд признаков лидерства, стимулирующих инновационность сотрудников: поддержка ценностей творчества, гибкое использование разных стилей руководства, знаний и способов воздействия на группы. Отмечается также важность таких факторов лидерства, как формирование яркого видения будущего, недопущения перегрузок, синхронизации циклов деятельности различных подразделений. На наш взгляд, наиболее адекватным теоретическим подходом к описанию инновационного стиля лидерства является концепция «трансформирующего» лидера. Трансформирующий лидер ориентирован на будущее, открыт, динамичен, использует методы планирования. При жестком поддержании своего авторитета он, тем не менее, позволяет сотрудникам вы-

двигать и реализовывать собственные идеи. Он использует харизму, воодушевление и интеллектуальную стимуляцию, чтобы поощрять креативность сотрудников.

В конце XX в. также получил развитие альтернативный подход к рассмотрению факторов влияния корпоративной культуры на инновационный потенциал организации. В рамках данного подхода предполагается, что стиль лидерства не является основным фактором стимулирования инновационной активности. Многие западные исследователи считают, что существенное влияние на организационную инновационность оказывают миссия, верования, ценности и убеждения членов организации, а также степень налаженности горизонтальных и вертикальных взаимодействий [3, 87].

Большой интерес представляют данные эмпирических исследований влияния корпоративной культуры на инновационную активность организаций. В 2010 г. Международная консалтинговая группа Booz и Company провела опрос топ-менеджеров ведущих мировых инновационных компаний о ключевых факторах их успешности. Большинство опрошенных отметили существенную важность поддержки инновационной стратегии компании со стороны корпоративной культуры и приоритетное значение таких корпоративных ценностей, как сильная связь с покупателями и гордость за свой продукт. Целью исследования автора статьи являлось выявление ключевых факторов корпоративной культуры, влияющих на инновационную активность российских компаний. Проведенные автором статьи интервью с представителями различных организаций и уровней управления позволили выявить основные барьеры инициации и реализации инноваций в организациях:

- отсутствие сплачивающей идеологии, то есть понимания сотрудниками целей организации с точки зрения стратегии ее развития и вклада в развитие общества;

- недоверие сотрудников компании к способности и желанию руководства реально оценить их инновационные предложения, что часто является следствием отсутствия опыта личного участия средних менеджеров и рядовых сотрудников в постановке и реализации стратегических проектов;

- внутренняя конкуренция (соперничество) между сотрудниками;

- неубедительность и недостаточная компетентность инициатора инновационных предложений в защите своих идей;

- отсутствие эффективных вертикальных коммуникаций в организации, обеспечивающих доведение инновационных идей до высшего уровня управления, разрозненность подразделений компаний, противоречивость интересов структурных подразделений;

- отсутствие системы финансовой мотивации инновационной деятельности;

- неблагоприятный социально-психологический климат, конфликты, плохие условия труда.

В ходе первого этапа исследования удалось также предложить позитивные формулировки и выделить факторы корпоративной культуры, которые повышают мотивацию инновационной деятельности персонала компании.

1. Прозрачность целей (сотрудник понимает и принимает миссию своей компании, то есть цель компании с точки зрения общественной пользы, выгоды, которую его компания приносит обществу).

2. Общность целей (сотрудник знает и разделяет подлинные ценности «первых лиц» и акционеров компании, а также их видение будущего).

3. Оптимизм (сотрудник верит в будущее своей компании, уверен в правильности выбранного руководством пути и его способности успешно пройти по этому пути).

4. Демократический стиль руководства (руководитель пользуется авторитетом, но при этом стиль его руководства не слишком авторитарный, то есть он готов воспринимать обратную связь и предложения от подчиненных).

5. Налаженный канал связи и степень взаимопонимания с начальником (сотрудник имеет возможность быстро и легко довести свои инновационные идеи до руководства компании).

6. Благоприятная атмосфера (компания имеет динамичную, жизнерадостную, профессионально-компетентную атмосферу).

7. Взаимопомощь, сотрудничество (в компании практикуется наставничество, есть возможность посоветоваться с более опытными коллегами, обсудить свои идеи и найти помощь в процессе их реализации).

8. Проектно-командный подход к реализации задач развития (в компании развита командная деятельность, существует практика организации команд под конкретные проекты, при этом в зависимости от целей различных проектов состав команд изменяется).

9. Ограничение личной конкуренции (в компании не развивается и не приветствуется личная конкуренция, но поощряется командное соперничество).

10. Самоуважение, самореализация (сотрудник ощущает свою значимость, он чувствует, что с его мнением считаются, к нему прислушиваются, руководитель проявляет к нему личный интерес; руководство заботится об условиях труда сотрудников).

11. Отсутствие горизонтальных функциональных перегородок (в компании хорошо налажены горизонтальные информационные потоки, имеет место высокий уровень коммуникативной культуры).

12. Справедливость (сотрудник-инициатор инноваций уверен, что в случае успешного внедрения его предложений его приоритет не будет затушеван и он получит адекватное материальное вознаграждение).

13. Ответственность (сотрудники привыкли не только участвовать, но и брать на себя ответственность).

Участникам опроса была предоставлена возможность расширить перечень факторов корпоративной культуры, влияющих на эффективность инновационной деятельности. Были дополнительно предложены следующие факторы:

- готовность сотрудников получать новые знания и совершенствоваться индивидуально и вместе с другими сотрудниками;
- наличие обратной связи при предложении новых идей;

- поощрение личного профессионального роста сотрудников [3, 89];
- возможность продвижения по карьерной лестнице в короткие сроки.

Таким образом, организационная культура, являясь по своей природе социальной инновацией, позволяет осуществлять организационные изменения в соответствии с потребностями инновационного развития предприятия, а также формировать у персонала необходимую мотивацию к их реализации. В то же время сознательное и целенаправленное управление процессами развития культуры на предприятии позволяет существенно влиять на инновационную активность персонала.

Список используемых источников:

1. Вагин С.Г. Экономические закономерности инновационно-технологического развития экономики // Экономические науки. 2009. №9. С. 51-56.
2. Исаченко И.И., Елизарова О.И., Кондрусь Е.А., Машинская И.С. Управление человеческими ресурсами. М.: МГУП им. Ивана Федорова, 2013. 206 с.
3. Первакова Е.Е. Корпоративная культура как фактор роста инновационной активности персонала организации // Вестник Удмуртского университета. 2014. № 2. С. 87-91.
4. Сурикова Д.А., Сырбу А.Н. Инновации и организационная культура: точки взаимодействия // Управление, Бизнес и Власть. 2013. № 1.
URL: ubv.esrae.ru/44-33

© 2015, Пархоменко О.В.

Корпоративная культура как фактор, влияющий
на инновационную активность персонала

© 2015, Parkhomenko O.V.

Organization culture as a factor influencing the
stuff's innovative activity