

DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2023.132.72>

ПОДХОД К РАЗВИТИЮ ИННОВАЦИОННОЙ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ОРГАНИЗАЦИЙ

Научная статья

Несмеянов Д.В.^{1,*}

¹ORCID : 0009-0002-5750-0009;

¹Тихоокеанский государственный университет, Хабаровск, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор (den-ran1999[at]yandex.ru)

Аннотация

В статье рассмотрен подход к развитию инновационной корпоративной культуры организации, включающий в себя взаимодействие трёх существенных элементов: персонала, инноваций и самой корпоративной культуры. Приведено толкование следующих понятий – инноваций, инновационной корпоративной культуры и инновационного поведения персонала. Определение инновационного поведения персонала рассмотрено в трёх наиболее встречающихся в научной литературе подходах. В табличной форме показаны связи между элементами подхода к развитию инновационной корпоративной культуры. В рамках подхода обозначена классификация видов корпоративной культуры в зависимости от происходящих инновационных процессов в организации. В заключении предложены рекомендации по развитию корпоративной культуры.

Ключевые слова: корпоративная культура, инновации, персонал, инновационное поведение, развитие организации.

AN APPROACH TO THE DEVELOPMENT OF INNOVATIVE CORPORATE CULTURE IN ORGANIZATIONS

Research article

Nesmeyanov D.V.^{1,*}

¹ORCID : 0009-0002-5750-0009;

¹Pacific National University, Khabarovsk, Russian Federation

* Corresponding author (den-ran1999[at]yandex.ru)

Abstract

The article examines the approach to the development of innovative corporate culture of an organization, which includes the interaction of three essential elements: personnel, innovation and the corporate culture itself. The interpretation of the following concepts – innovation, innovative corporate culture and innovative personnel behaviour is presented. The definition of innovative behaviour of personnel is described in the three most common approaches in the scientific literature. The links between the elements of the approach to the development of innovative corporate culture are shown in tabular form. The approach outlines the classification of types of corporate culture depending on the ongoing innovation processes in the organization. In the conclusion, recommendations for the development of corporate culture are suggested.

Keywords: corporate culture, innovation, personnel, innovative behaviour, organizational development.

Введение

На сегодняшний день «инновации» – это один из наиболее употребляемых терминов, который проник во все сферы жизни и занимает не последнее место в организационном развитии компаний. Особое место за инновациями закрепилось в корпоративной культуре. Любая культура компании в целом – это то, «как у нас принято», то есть общие модели поведения, становящиеся в дальнейшем нормами, в рамках которых организация и персонал ведут работу и живут. Различные изменения, нововведения способны заставить сменить модель поведения, что непосредственным образом скажется на самой корпоративной культуре. Поэтому возникает вопрос об регулировании и влиянии инноваций (по сути своей изменений и нововведений) на культуру организаций.

Основная часть

Большинство исследователей придерживаются модели корпоративной культуры, которую в 1981 году предложил американский психолог Эдгар Шейн в своей работе «Организационная культура и лидерство» [9] (на рис. 1 уровневая модель корпоративной культуры представлена нами метафорически в виде айсберга):

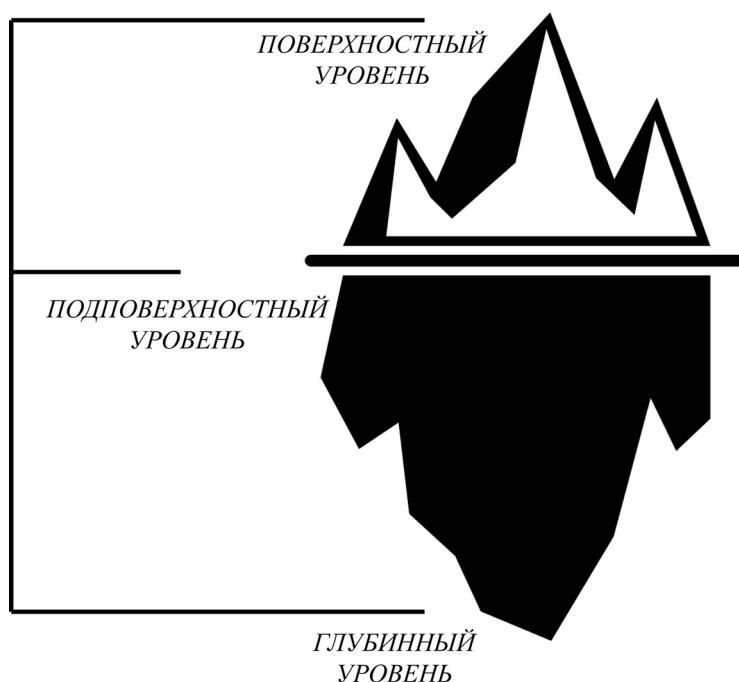


Рисунок 1 - Уровневая модель корпоративной культуры (по Э. Шейну)
DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2023.132.72.1>

1. Поверхностный уровень корпоративной культуры – это артефакты, включающие все явления, которые можно увидеть, услышать и почувствовать при вхождении в новую группу, до этого незнакомую. Уровень может быть представлен такими составляющими, как архитектура зданий, оборудование офисов, существующая технология и произведённые продукты (предоставленные услуги), ритуалы, церемонии, форма приветствия, одежда, язык, лозунги, мифы, истории, эмоциональная атмосфера и т. д.;

2. Подповерхностный уровень – это ценности и убеждения, разделяемые членами организации настолько, насколько эти ценности отражаются в символах и языке персонала. Данный уровень культуры нередко формулируется и закрепляется в программно-стратегических документах организации и становится основным ориентиром её деятельности. Зачастую для лояльного персонала всё это является осознанным и принятым. Для конкретного человека это будет представлено общими компонентами смысла жизни, которые определяют его действия и суждения в различных ситуациях. Наличие таких общих ценностей помогает людям понимать друг друга, сотрудничать, оказывать помощь и поддержку. Уровень также влияет на установки людей, их восприятие и потребности. В результате чего система ценностей личности претерпевает изменения в процессе обучения, приобретения жизненного опыта под воздействием сложившихся условий корпоративной культуры;

3. Глубинный уровень культуры представляет собой основные представления о характере окружающего мира, его реальности, времени, пространстве, а также о человеческой природе и взаимоотношениях людей. Своего рода это базовые предположения, чаще всего воспринимаемые как должное. Именно они образуют сущность корпоративной культуры. Установив их, можно понять смысл и провести соответствующую оценку более поверхностных проявлений культуры, то есть ценностей и артефактов (подповерхностного и поверхностного уровней).

Как показывает модель Эдгара Шейна [9], корпоративная культура не возникает магическим образом сама по себе – она выстраивается с течением времени через повторы, практики, коллективные переговоры и в конце концов становится частью компании, закрепляясь её организационной структурой, политикой и процедурными технологиями.

Имеется большое количество различных трактовок термина «инновации», поэтому остановимся на наиболее важных, которые помогут передать основную суть данного определения. Согласно словарю Н.Г. Комлева, инновация представляет собой введение нового; нововведённую вещь; модернизацию; реформу [5]. Одно из наиболее объёмных определений «инноваций» даёт Д.В. Арутюнова: инновация – это конечный результат внедрения новшества с целью изменения объекта управления и получения социально-экономического, экологического, научно-технического или других видов эффектов. Автор также указывает на прибыльное использование новшеств в виде новых технологий, видов продукции и услуг, организационных, технических, социальных и экономических решений производственного, финансового, коммерческого, управленческого и иного характера [3].

Определение инновациям даёт и российское законодательство. Так, в статье 2 Федерального закона от 23.08.1996 № 127-ФЗ (ред. от 17.02.2023) «О науке и государственной научно-технической политике» под инновацией понимается «введённый в употребление новый или значительно улучшенный продукт (товар, услуга) или процесс, новый метод продаж или новый организационный метод в деловой практике, организации рабочих мест или во внешних связях», в свою очередь, под инновационной деятельностью – «деятельность (включая научную, технологическую, организационную, финансовую и коммерческую деятельность), направленная на реализацию инновационных проектов, на создание инновационной инфраструктуры и обеспечение её деятельности» [1].

Е.О. Аборкина и Т.Н. Скоробогатова, говоря об инновациях, отмечают, что исходным пунктом инноваций выступает креативность, в ракурсе чего должное внимание следует уделять подбору кадров, обладающих соответствующим мышлением [2]. Исходя из вышеперечисленного, сформулировано следующее определение инновационной корпоративной культуры, под которой понимается социальная среда организации, позволяющая сотрудникам разрабатывать идеи и внедрять инновации. В науке и бизнес-отраслях для определения такой среды часто могут выступать иные термины [7], [8]:

- организационная креативность;
- предпринимательская креативность;
- корпоративная креативность;
- творческий климат;
- инновационный климат;
- культура, способствующая инновациям и др.

В целом вся вышеперечисленная терминология даёт понять, что атмосфера корпоративной культуры, которая способствует творчеству, больше способствует формированию идей. С другой стороны, определение «инновационная корпоративная культура» также относится к непосредственной реализации различных типов инноваций внутри компании.

Прежде чем перейти к важности применения подхода к развитию инновационной корпоративной культуры организации, следует определиться с толкованием ещё одного немаловажного термина – «инновационного поведения персонала». Определение имеет несколько подходов к трактовке, которые дают понимание мотивационных причин инновационного поведения персонала в организации:

1. В рамках процессного подхода инновационное поведение трактуется как «тип поведения, проявляющийся на разных стадиях инновационного процесса, реакция на участие в его осуществлении» (Е. В. Батоврина) [4];

2. В рамках многозадачного подхода инновационное поведение персонала рассматривается через призму конкретных задач, которые решаются сотрудниками при осуществлении инновационной деятельности. Например, К. Йео Кхар, Дж. Сетела и М. Росли, основываясь на результатах анкетирования, которое проводилось среди 318 сотрудников малайзийской организации, выделили следующие задачи: «генерирование новых идей при решении сложных рабочих вопросов; поиск новых технологий, методов, инструментов выполнения работ; регулярное обсуждение новых идей в рабочей обстановке; трансформация инновационных идей в полезные приложения, формирование позитивного восприятия коллегами инновационных идей; получение одобрения инновационных идей» [10];

3. В рамках личностного подхода инновационное поведение персонала связывают с проявлением активности, инициативы, творческого начала. Особое внимание уделяется потребностям, установкам, ценностям работников. Они рассматриваются как факторы формирования внутренней готовности людей к инновационному поведению. Н.Ю. Молостова в рамках личностного подхода предлагает следующую трактовку термина «инновационного поведения» – это «инициативный тип индивидуального или коллективного поведения, связанный с систематическим освоением социальными субъектами новых способов деятельности в различных сферах общественной жизни, либо с созданием новых объектов материальной и духовной культур» [6].

Исходя из вышеперечисленных подходов, можно выделить основные причины реализации инноваций персоналом:

- требование самого инновационного процесса;
- сложность производственных, технологических, организационных задач, требующих инновационного решения, а также работа персонала «в режиме многозадачности»;
- личностный рост и саморазвитие персонала как специалиста, эксперта в конкретной области задач.

Подход к развитию инновационной корпоративной культуры организации включает три элемента, рассмотренных выше, – корпоративная культура, персонал и его поведение и сами инновации (нововведения). В организации они представляют собой открытую внутреннюю циклическую систему (рис. 2).

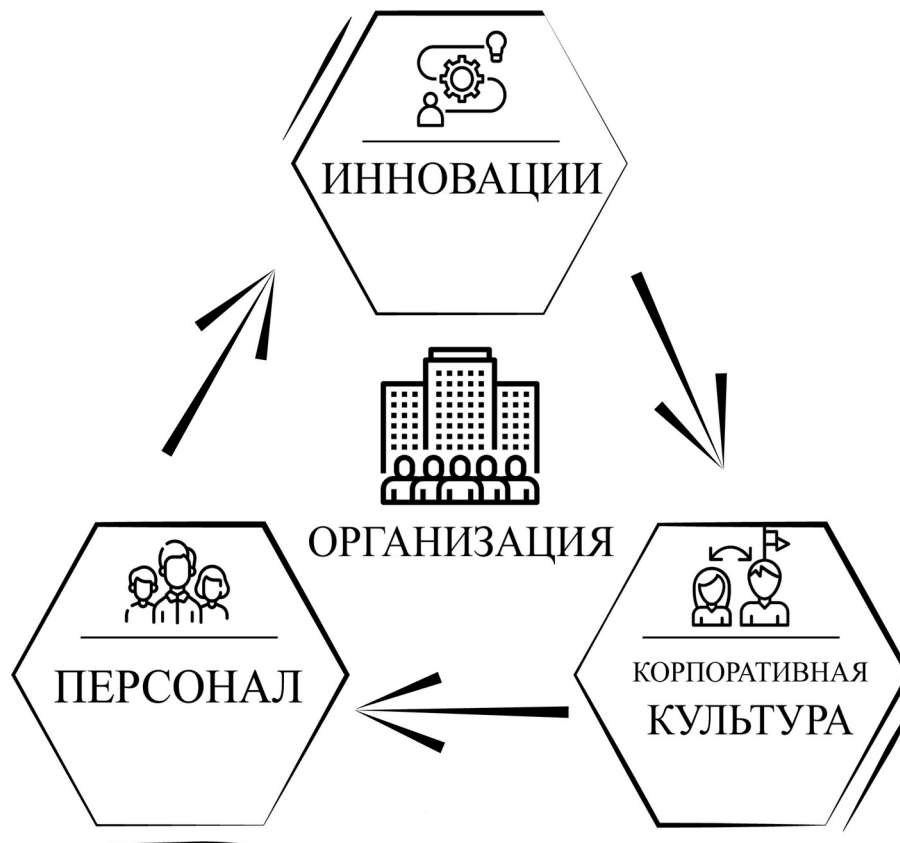


Рисунок 2 - Подход к развитию инновационной корпоративной культуры
DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2023.132.72.2>

Почему же так важно применение инновационных процессов в развитии корпоративной культуры? На наш взгляд, инновации и цифровизация являются решающими факторами развития организаций в современном быстроменяющемся мире с его высокой неопределённостью, наличием экономических, политических, экологических и других рисков. Компании всё больше вкладывают значительные средства в разработку продуктов и услуг, а также инновационного сервиса к ним. Для этого создаются целые инновационные лаборатории, которые призваны решать проблемы цифровизации и разработки цифровых бизнес-моделей, а инновационные сети решают поставленные перед ними задачи. Как правило, персонал такой организации в инновационном процессе имеет главенствующую роль, поскольку является проводником инновационных идей в корпоративную культуру компании (рис. 2).

Инновационная корпоративная культура создаёт наиболее верные условия для успешного развития организации и представляет собой особую внутреннюю среду, в которой:

- появляются новые идеи, быстро превращающиеся в прототипы;
- персонал пробует новое и берёт на себя ответственность и риск;
- сотрудники постоянно учатся на успехах и неудачах как собственных, так и своих коллег.

Однако одновременно с этим на инновационную корпоративную культуру влияют самые разные факторы внутренней среды организации – стратегии компании, система ценностей, структура управления, а также другие внутренние процессы. Каждая из этих характеристик влияет на элементы подхода к развитию инновационной корпоративной культуры.

Далее наиболее подробно рассмотрено влияние некоторых инновационных процессов на персонал в рамках соответствующей инновационной корпоративной культуры (табл. 1).

Таблица 1 - Влияние инновационных процессов в корпоративной культуре на персонал

DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2023.132.72.3>

| Инновации | Корпоративная культура | Персонал |
|--|--|---|
| Затрагивают определённые области, в которых оптимизируются выборочные процессы | Инновационно-операционная корпоративная культура | Для персонала гарантируется стабильность его занятости, как правило, оптимизация процессов для персонала проходит незаметно |

| | | |
|---|---|---|
| Затрагивают развитие существующих продуктов компании или улучшения некоторых первостепенно важных процессов в организации | Инновационная корпоративная культура постоянной оптимизации | Весь персонал постоянно ощущает процессы инновационной деятельности и применяет инновации в работе по мере своих возможностей и задач, поскольку от этих действий зависит развитие сотрудника и компании |
| Затрагивают развитие новых сфер бизнеса и новых структур | Инновационно-проектная корпоративная культура | Инновационные процессы происходят только в определённых структурных областях и затрагивают именно конкретных сотрудников, связанных с данными областями. Процессы могут быть как постоянного, так и временного характера, в зависимости от проектных целей организации. Для персонала процессы оптимизированы |
| Внедрение решительных, революционных изменений | Инновационно-радикальная корпоративная культура | Процессы плохо оптимизированы для персонала, не каждый сотрудник может быть согласен с изменениями, исходящими от руководства. Лояльность персонала снижается. Такая форма инновационных решений применяется при неблагоприятных состояниях в жизненном цикле организации, как один из последних способов вывести из кризиса компанию |

Исходя из таблицы 1, выделены четыре вида инновационной корпоративной культуры:

- 1) инновационно-операционная корпоративная культура;
- 2) инновационная корпоративная культура постоянной оптимизации;
- 3) инновационно-проектная корпоративная культура;
- 4) инновационно-радикальная корпоративная культура.

В рамках подхода к развитию инновационной корпоративной культуры предполагается следование намеченному организацией плану, где:

1) определяется и формулируется инновационная корпоративная культура в терминах поведения персонала и артефактах [9];

2) компания стремится именно к той самой, нужной форме инновационной корпоративной культуры, поскольку форм существует множество, – нами были рассмотрены только четыре вида – и каждая из них предполагает различное инновационное поведение для персонала и задаёт основополагающие ценности для организации;

3) создаются условия для развития персонала, приобщение сотрудников к идее инновационного развития компании;

4) применяется инструмент вовлечения персонала: корпоративные культуры возникают в результате разделения общих ценностей и убеждений; подобное нельзя диктовать сверху вниз, но можно указать направление, в котором организация хочет двигаться, и оставить пространство для совместного построения культуры;

5) даётся описание инструментам по развитию инновационной корпоративной культуры.

Заключение

Таким образом, введение инноваций в корпоративную культуру не определяется одним желанием организации и её персонала, это является системной аналитической работой для всей компании, так как определённые инновационные процессы могут быть реализованы только в рамках развития соответствующей культуры. С этой задачей справляется предложенный нами подход к развитию инновационной корпоративной культуры, сочетающий и организующий работу трёх важных элементов для компании: персонала, инноваций и корпоративной культуры.

В будущих исследованиях определённый интерес представляет:

- изучение поведения персонала в организациях, в которых инновации корпоративной культуры приближены к одному из четырёх видов, выделенных нами;
- разработка более конкретных мероприятий по реализации инноваций по каждому направлению и дорожной карты в целом.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование. Но рецензент или автор статьи предпочли не публиковать рецензию к этой статье в открытом доступе. Рецензия может быть предоставлена компетентным органам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are peer-reviewed. But the reviewer or the author of the article chose not to publish a review of this article in the public domain. The review can be provided to the competent authorities upon request.

Список литературы / References

1. Российская Федерация. О науке и государственной научно-технической политике [от 23.08.1996 № 127-ФЗ (ред. от 17.02.2023)] : [принят Государственной Думой 1996-07-12 : одобр. Советом Федерации 1996-08-07]. 2023. — URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_11507/. (дата обращения: 26.03.23).
2. Аборкина Е.О. Подходы к определению сущности «инноваций» в отечественной и зарубежной науке / Е.О. Аборкина, Т.Н. Скоробогатова // В центре экономики. — 2022. — Т. 3. — № 1. — с. 12-18.
3. Арутюнова Д.В. Инновационный менеджмент / Д.В. Арутюнова. — Ростов-на-Дону: Южный федеральный университет, 2014. — 152 с.
4. Батоврина Е.В. Мотивация инновационного поведения персонала / Е.В. Батоврина // Государственное управление. Электронный вестник. — 2020. — № 81. — с. 215-232.
5. Комлев Н.Г. Словарь иностранных слов: [более 4500 слов и выражений] / Н. Г. Комлев. — М.: Эксмо, 2006. — 669 с.
6. Молостова Н.Ю. Теоретико-методологические основания понятия «инновационное поведение» / Н.Ю. Молостова // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. — 2010. — Т. 12. — № 5-1. — с. 132-136.
7. Карась Л. Формирование корпоративной культуры: исследование Гарварда / Л. Карась // Официальный сайт «Теории и практики». — 2020. — URL: <https://theoryandpractice.ru/posts/18184-formirovanie-korporativnoy-kultury-issledovanie-garvarda> (дата обращения: 20.03.2023).
8. Веселко А. Хочу как в Pixar: основы инновационной культуры компании / А. Веселко // Официальный сайт «Теории и практики». — 2021. — URL: <https://theoryandpractice.ru/posts/18895-khochu-kak-v-pixar-osnovy-innovatsionnoy-kultury-kompanii> (дата обращения: 20.03.2023).
9. Шейн Э.Г. Организационная культура и лидерство: учебник для слушателей, обучающихся по программе «Мастер делового администрирования» / Э.Г. Шейн. — М.: Питер, 2012. — 330 с.
10. Yeoh Khar K. The Determinants of Innovative Work Behavior in the Knowledge Intensive Business Services Sector in Malaysia / K. Yeoh Khar, J. Sethela, M. Rosli // Asian Social Science. — 2013. — № 15. — p. 47-59.

Список литературы на английском языке / References in English

1. Russian Federation. O nauke i gosudarstvennoy nauchno-tekhnicheskoy politike [ot 23.08.1996 № 127-FZ (red. ot 17.02.2023)] [On Science and State Scientific and Technical Policy [from 23.08.1996 № 127-FZ (ed. 17.02.2023)]] : [accepted by State Duma 1996-07-12 : approved by Federation Council 1996-08-07]. 2023. — URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_11507/. (accessed: 26.03.23). [in Russian]
2. Aborkina E.O. Podhody k opredeleniju sushhnosti «innovacij» v otechestvennoj i zarubezhnoj nauke [Approaches to Defining the Essence of "Innovation" in Domestic and Foreign Science] / E.O. Aborkina, T.N. Skorobogatova // V centre jekonomiki [At the Centre of the Economy]. — 2022. — Vol. 3. — № 1. — p. 12-18. [in Russian]
3. Arutjunova D.V. Innovacionnyj menedzhment [Innovation Management] / D.V. Arutjunova. — Rostov-on-Don: Southern Federal University, 2014. — 152 p. [in Russian]
4. Batovrina E.V. Motivacija innovacionnogo povedenija personala [Motivating Staff Innovation Behaviour] / E.V. Batovrina // Gosudarstvennoe upravlenie. Jelektronnyj vestnik [Public Administration. E-Bulletin]. — 2020. — № 81. — p. 215-232. [in Russian]
5. Komlev N.G. Slovar' inostrannyh slov: [bolee 4500 slov i vyrazhenij] [Dictionary of Foreign Words: [over 4,500 words and expressions]] / N. G. Komlev. — M.: Eksmo, 2006. — 669 p. [in Russian]
6. Molostova N.Ju. Teoretiko-metodologicheskie osnovanija ponjatija «innovacionnoe povedenie» [Theoretical and Methodological Foundations of the Notion of Innovative Behaviour] / N.Ju. Molostova // Izvestija Samarskogo nauchnogo centra Rossijskoj akademii nauk [Proceedings of the Samara Scientific Centre of the Russian Academy of Sciences]. — 2010. — Vol. 12. — № 5-1. — p. 132-136. [in Russian]
7. Karas' L. Formirovanie korporativnoj kul'tury: issledovanie Garvarda [Forming a Corporate Culture: A Harvard study] / L. Karas' // Oficial'nyj sajт «Teorii i praktiki» [Official website of the "Theory and Practice"']. — 2020. — URL: <https://theoryandpractice.ru/posts/18184-formirovanie-korporativnoy-kultury-issledovanie-garvarda> (accessed: 20.03.2023). [in Russian]

8. Veselko A. Hochu kak v Pixar: osnovy innovacionnoj kul'tury kompanii [I want it like Pixar: the Fundamentals of the Company's Innovation Culture] / A. Veselko // Oficial'nyj sajt «Teorii i praktiki» [Official website of the "Theory and Practice"]. — 2021. — URL: <https://theoryandpractice.ru/posts/18895-khochu-kak-v-pixar-osnovy-innovatsionnoj-kul'tury-kompanii> (accessed: 20.03.2023). [in Russian]
9. Schein E.G. Organizacionnaja kul'tura i liderstvo: uchebnik dlja slushatelej, obuchajushhihsja po programme «Master delovogo administriro-vanija» [Organizational Culture and Leadership: Textbook for Students of "Master of Business Administration" Program] / E.G. Schein. — M.: Piter, 2012. — 330 p. [in Russian]
10. Yeoh Khar K. The Determinants of Innovative Work Behavior in the Knowledge Intensive Business Services Sector in Malaysia / K. Yeoh Khar, J. Sethela, M. Rosli // Asian Social Science. — 2013. — № 15. — p. 47-59.