

ИССЛЕДОВАНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ФАКТОРОВ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ: СОЦИАЛЬНО-УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Коваленко А. А.

индивидуальный предприниматель, г. Москва (Россия), akovalenko777@mail.ru

УДК 658

ББК 65.291.21

Цель. Изучение ключевых социальных факторов, влияющих на эффективное управление инновационной деятельностью на предприятии, представленных в исследованиях зарубежных авторов

Методы. Качественные методы исследования: контент-анализ литературных источников, содержащих результаты исследования в области управления, инновационной деятельности, социального управления, социологии.

Результаты. В статье рассматриваются ключевые социальные аспекты управления инновационной деятельностью, проанализированы основные элементы социального механизма управления инновационной деятельностью. Ключевые аспекты управления инновационной деятельностью как основа социального механизма управления лежат в комплексном учете социального взаимодействия в организации, норм и ценностей, разделяемых в организации как элементов социального контроля, процесса управления знаниями как механизма трансформации человеческого капитала в капитал организационный.

Область применения результатов. Результаты могут быть использованы при разработке стратегии инновационного развития предприятия, оценке потенциала предприятия и учете социальных факторов в рамках стоимостно-ориентированного подхода к управлению предприятием. Основные результаты могут быть использованы при разработке методологии оценки бизнеса.

Научная новизна. Социальные аспекты управления инновационной деятельностью не достаточно изучены, а ведь именно они, как показывают исследования, являются ключевыми элементами механизма управления инновациями в контексте развития национальной инновационной системы. В предложенной статье представлены социальные аспекты управления инновационной деятельностью, что в дальнейших исследованиях может стать основой для количественной оценки эффективности развития организации и ее потенциала.

Ключевые слова: управление инновациями, инновационная деятельность, социальное взаимодействие, человеческий капитал, нормы и ценности организации, управление знаниями.

RESEARCHING KEY FACTORS OF INNOVATIVE ACTIVITY DEVELOPMENT AT THE ENTREPRISE: SOCIAL-ADMINISTRATIVE ASPECTS

Kovalenko A. A.

individual entrepreneur, Moscow (Russia), akovalenko777@mail.ru

Purpose: Examination of key social factors influencing the effective innovative activity management in the company, presented in the research by foreign authors.

Methods. Qualitative research methods: content analysis of sources, containing the results of research in the field of management, innovative activity, social management and sociology.

Results. The article considers key social aspects of innovation activity management, analyzes main elements of social mechanism of innovation activity management. Key aspects of innovation management, as a basis of social management mechanism, lie in the comprehensive assessment of social interaction in the organization, norms and values shared in the organization as the elements of social control, knowledge management process as a mechanism of transformation of human capital into organizational capital.

Scope of results. The results can be used to develop the strategy of innovative development of the enterprise, to assess the potential of the enterprise and social factors in the framework of value-oriented approach to enterprise management. The main results can be used to develop the methodology for assessing the business.

Scientific novelty. The social aspects of innovation activity management are not sufficiently studied, and in fact, they are, as research shows, the key elements of the innovation management mechanism in the context of national innovation system development. In the article the social aspects of innovation activity management are presented, which in further research could be the basis for quantitative assessment of the organization development efficiency and its potential.

Key words: innovation management, innovative activity, social interaction, human capital, norms and values of the organization, knowledge management.

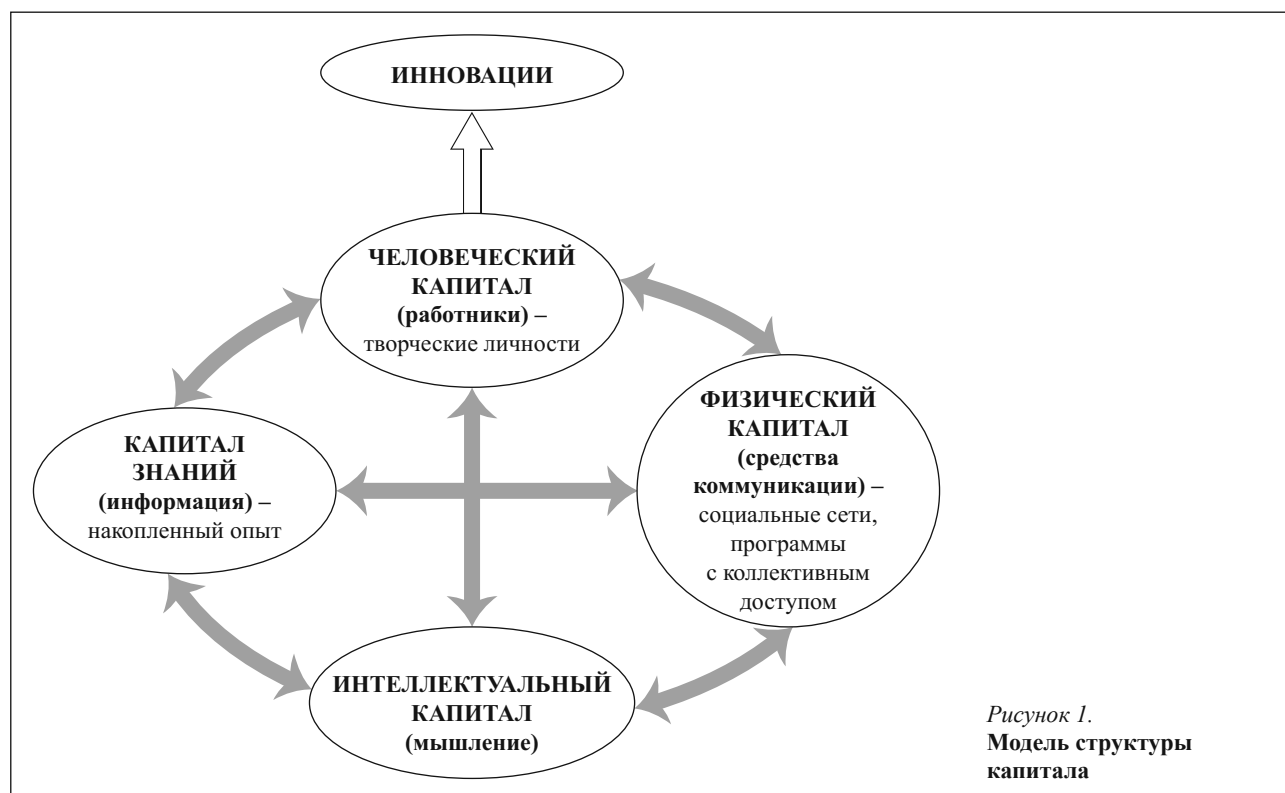
Одна из целей инноваций заключается в увеличении стоимости компании, что может проявляться в различных формах, например в улучшениях существующих продуктов, создании новых продуктов или же снижении себестоимости. Критерием осуществления этой задачи может быть стремление предприятия к развитию в постоянно меняющейся окружающей среде [10, р. 2]. Единственный способ осуществить это – инновационная деятельность.

В результате проведенного исследования по обследованию почти сотни компаний, работающих в США, Канаде и Западной Европе в конце 20-го века Р. Кантер выделяет три основных организационных стратегии: первая связана с реструктуризацией в целях поиска синергетического эффекта между отдельными частями

бизнеса, вторая с открытием границ и созданием альянсов с поставщиками, покупателями и партнерами, и третья связана с разработкой новых инновационных программ и проектов на базе имеющегося капитала [16, р. 65]. Мы считаем, что в последнее время основной акцент делается именно на человеческом капитале.

Если рассмотреть структуру капитала организации, то можно выделить несколько ключевых элементов. Например, Д. Хиндал предлагает следующую структуру, состоящую из таких взаимодействующих элементов как человеческий капитал, информация, интеллектуальный капитал, мышление.

В современных исследованиях социально-экономических проблем инновационного развития на первый план выходит анализ субъекта инновационной





Коваленко А. А.

деятельности, внутренний механизм развития его инновационного сознания, среди которых можно выделить потребности, мотивы, смысловые образования, самосознание. Субъективные механизмы привлекают все больше внимания ученых.

В литературе довольно часто делается акцент на факторах, способствующих инновационной деятельности, или же наоборот, тормозящим, оказывающим сопротивление, таким как культура, внутриорганизационный климат. Нэбек Йенсен уделяет внимание такому фактору как стратегия. Он объясняет, почему стратегия может благополучно влиять на инновации. Он утверждает, что вовлечение сотрудников в «стратегический процесс» способствует внедрению инноваций. Диверсифицированная стратегия открывает новые возможности для взаимодействия различных подразделений предприятия и способствует инновациям и в то же время, развитие бюрократических и контролирующих процессов повышает сопротивляемость инновациям [13, р. 26]. Когда мы говорим о развитии инновационной стратегии, то этот процесс повышает формальную ответственность руководства предприятия и тем самым повышает вероятность формирования эффективной инновационной системы.

Ф. Янсен отмечает, что для успеха реализации инновационного проекта одним из самых важных процессов является формирование команды. Этот процесс предполагает определение общих целей, ценностей и норм, направляющих поведения и действия членов команды. Нормы и ценности каждого участника команды являясь исходными данными, также как и цели всего предприятия и руководства, а также необходимые ресурсы. Самыми важными элементами в процессе формирования команды являются: коммуникационные инструменты, ресурсы, индивидуальные цели каждого участника, нормы и ценности каждого, мотивация, общие цели, нормы и ценности, порядок взаимодействия в команде.

Крайне необходимым условием эффективности команды является правильный подобранный набор ролей, что гарантирует выполнение необходимых действий должным образом. Учеными выделяются следующие роли: председатель (руководитель), сотрудник, отвечающий за способ реализации; сотрудник, отвечающий за предприятие; сотрудник, отвечающий за мониторинг и оценку; сотрудник, отвечающий за анализ ресурсов; сотрудник, отвечающий за организацию [3, с.15]. Это крайне важно, ведь в некоторых исследованиях отмечается, что отсутствие системы оценки инновационной деятельности отрицательно влияет на деятельность предприятия. Если на предприятии провозглашается, что за инновации отвечают все сотрудники на предприятии, то по факту может оказаться, что за них не отвечает никто! [11, р. 5] Помимо менеджера

инноваций Л. Моррис говорит о другой не менее важной роли – инновационный лидер, человек, имеющий значительное влияние на ключевые структуры предприятия и его бизнес-процессы с целью всесторонней поддержки инновационной деятельности [7, р. 11]. Эта роль также предполагает выполнение определенных функций, которые Д. Херинг и Д. Филипс выделили для отдельной роли – способность прогнозировать развитие технологий и экономики в целом, без чего сложно развивать потенциал собственного предприятия.

Социальным системам просто необходимо направлять и контролировать развитие и действия своих участников. Социализация как процесс обучения и принятия ценностей и норм поведения способствует этому. Процесс ресоциализации предполагает замещение ранее усвоенных норм и ценностей и приобретение новых образцов поведения. Наиболее значимые агенты социализации – родители, семья, учителя и другие группы, которые оказывают влияние на формирование у индивидов культурных ценностей, норм и убеждений. Мы будем говорить об организации, в которой индивиды осуществляют трудовую деятельность.

Процесс социализации представляет собой освоение правил организации, приспосабливается к ним. Кроме того, предполагается, что эти нормы пересматриваются для того, чтобы новые сотрудники могли бы к ним приспособиться и влиться в коллектив, в организацию [12, р. 55].

Благодаря социализации индивид начинает выполнять социально одобряемые действия, те действия, которые от него ожидают. Предпочтения индивида являются результатом социального процесса. Важно отметить, что эти два аспекта являются взаимосвязанными [14, р. 10]. Если социализация проходит успешно, социально порождаемые предпочтения формируются в рамках желаемых ценностей и индивиды начинают действовать в соответствии с их предпочтениями.

Важным аспектом изучаемой задачи является социальное взаимодействие, поскольку оно лежит в центре нашего внимания. Взаимодействие всегда происходит за рамками ограниченных условий рациональности. Предполагается, что участники взаимодействия вносят определенную плату, надеясь что-то большее получить взамен и эта плата, как правило, зависит от двух или более участников, вовлеченных во взаимодействие. И все участники стремятся максимизировать получаемую выгоду. Это является источником действий индивидов и первым принципом теории рационального выбора. Согласно теории Д. Коулмена, у людей есть несколько конкурирующих между собой целей в какой-либо ситуации, одна из которых достигается. Далее формируются критерии, позволяющие упорядочить имеющиеся альтернативы

и выбрать наиболее подходящий вариант. Выигрывает та цель, которая существенно отличается и имеет большие преимущества по сравнению с остальными [14, р. 12]. Разделяемые всеми нормы и ценности являются частью культуры.

По мнению Д. Коулмена важной задачей науки как раз является поиск источников ценностей и убеждений с помощью изучения культуры и структуры. Социальные нормы – это коллективная оценка того, каким поведение должно быть [14, р. 36]. И когда эти нормы нарушаются, следуют определенные санкции в отношении нарушителей. Действия индивидов целенаправленны, они совершаются в соответствии с усвоенными нормами и ценностными ориентациями.

Ценности и существующие нормы, влияющие на выбор актора, и в определенной степени ограничивающие виды взаимодействия лежат в основе формирования инновационной культуры. В то же время нормы и ценности, в соответствии с теорией П. Блау, являются связующим механизмом в социальной структуре [3, с. 332], они способствуют непрямоу социальному обмену и развитию социальной организации.

Второй принцип, который обозначает Д. Коулмен, дополняет первый, и говорит о том, что люди стремятся совершать такие действия, которые помогут избежать минимизации ожидаемой выгоды. Эти два принципа помогают предсказать результат совместных действий в рамках взаимодействия и вместе формируют так называемый закон противостояния (resistance).

$$R_i = \frac{P_{i\max} - P_i}{P_i - P_{i\text{con}}}$$

где P_i – плата, совершаемая актором i

$P_{i\max}$ – максимально возможная плата, возможная для актора i

$P_{i\text{con}}$ – плата актора i в случае конфракции (не достижения договоренности)

Если мы рассмотрим взаимодействие актора А и В, лучшее предложение (плата) актора А – $P_a = P_{a\max}$, при этом R_a минимально и равно 0 в то время как R_b максимально и заметно отличается от нуля. И наоборот, при наилучшем предложении (плате) актора В, R_b минимально и находится на 0, а R_a максимально. Предсказуемый компромисс достигается в случае, когда

$$R_a = \frac{P_{a\max} - P_a}{P_a - P_{a\text{con}}} = \frac{P_{b\max} - P_b}{P_b - P_{b\text{con}}} = R_b$$

В случае социального взаимодействия P_{con} можно считать равным 0, так как мы не принимаем в расчет никакие санкции. Эта теория может быть применима при сопоставлении мотивационной карты сотрудников предприятия и разработанной системы



Рисунок 2. Модель социальной структуры

стимулирования, т.е. в модели работодатель-сотрудник, а также в модели сотрудник-сотрудник.

Д. Коулмен обозначает некоторые допущения для своей теории. Он рассматривает рациональность как объяснение поведения индивидов. Все социальные структуры рассматриваются как рынки, находящиеся в точке равновесия или около нее. Кроме того, все участники процесса взаимодействия имеют одинаковую структуру предпочтений [14, р. 50], но для сопоставления системы мотивации-стимулирования можно подобрать определенные поправки.

Социальная организация и ее структура оказывают давление на действия акторов, так как они совершают действия в рамках социальной структуры [3, с. 346].

Участники организации являются социальными акторами. Именно их энергия, их подчинение определенным правилам формируют структуру организации. Без участников нет социальной структуры, нет организации. Социальная структура не существует до тех пор, пока социальные акторы не начинают осуществлять необходимую деятельность. Они являются инструментом как для создания новой структуры – ее изменения и для внедрения инноваций [15, р. 20].

В соответствии с теорией Т. Парсонса социализация индивида происходит с принятием ценностей, которые разделяют другие, а, следовательно, индивид должен следовать этим разделенным ценностям и это становится частью его мотивационной системы.

При формировании инновационной культуры есть еще аспекты, способствующие долгосрочному развитию и формированию потенциала предприятия, например обучение. А. Триго также подчеркивает роль обучения и тренингов в инновационной деятельности



предприятия. Приобретение новых знание, а также их распространение, способствует инновационной деятельности, появлению новых идей и их реализации [5, р. 7].

Понятие обучающейся организации представляет определенный интерес для формирования потенциала организации. Сам термин обучающаяся организация подчеркивает значение знания, его формирование и распространение. Обучающаяся организация помогает активнее приспосабливаться к изменениям во внешней среде, за счет индивидуального и группового обучения сотрудников, что приводит к развитию человеческого и интеллектуального капитала [2, с. 229].

Эрик Лессер и Лоренс Прусак обратили внимание на ценность социального подхода к управлению знаниями, на важность норм, ценностей и доверия для эффективного распространения знаний [1, с. 11]. Бен Рамалингман важный этап мониторинга инновационной деятельности – аудит знаний [6, р. 13]. Эти знания заключаются в определении ключевых задач и процессов, выполняемых группой на предприятии, какие именно знания необходимы для выполнения определенных задач, как эти знания формируются и каким образом можно улучшить процесс генерирования знаний, его распространения на предприятии. Внутриорганизационный климат может пагубным образом сказываться на развитии социального капитала, что приведет к снижению потенциала предприятия. Эрик Лессер и Лоренс Прусак отмечают важность доверия и установок связей в коллективе. Компании, понимающие важность социального капитала, стремятся удержать своих сотрудников, полагая, что не только материальные стимулы могут этому способствовать. Вопрос опять касается доверия, которое возникает, когда люди знакомы. Их действия должны быть направлены на формирование крепких взаимоотношений в коллективе. Исследования показывают, что плохо организованная инфраструктура, которая относится по нашей схеме (Рис. 1) к физическому капиталу, также сильно влияет на желание людей делиться своими знаниями, что также связано с отсутствием атмосферы доверия на предприятии.

Эрик Хиппел подчеркивает важность инновационных сообществ как значимых «узловых элементов», состоящих из индивидуумов или организаций, взаимосвязанных сетью информационного обмена, предполагающего непосредственное взаимодействие или посредством электронной связи [9, р. 96]. Они часто, но не всегда, существуют внутри какой-либо группы. Под сообществом может пониматься также социальную сеть межличностных связей, представляющих друг другу поддержку и информацию. Предполагается, что члены этого сообщества ощущают определенную принадлежность к этой группе и социальную идентичность, что необходимо для социальной группы и для эффективного обмена знаниями.

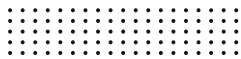
Знания, так же как и информация, не представляют ценности, пока они не влияют на принятие решений и совершение каких-либо действий, которые влекут за собой определенные результаты и эффекты. Информация становится знанием через социальный процесс общепринятого понимания и придания смысла и значения как на индивидуальном, так и на организационном уровне.

Для регулирования социальных действий используются социальные нормы, рождаемые консенсуально. Именно они играют существенную роль в социальных взаимодействиях. Чем больше норм усвоят акторы в процессе социализации, тем к меньшему числу санкций необходимо будет прибегнуть для регулирования деятельности.

Таким образом, мы выделяем такие ключевые элементы, важные для управления инновационной деятельностью в организации, как инновационная культура, человеческий капитал, возможность вовлечения сотрудников в процесс стратегического планирования для осознания общей цели, принятые и разделяемые нормы и ценности, социальное взаимодействие и социализацию, а также процессы управления знаниями. Как отмечает Г. Спенсер в рамках эволюционной теории выделяются, можно выделить 4 критерия развития: они связаны с увеличением в размере, эффективностью, теснотой отношений, свободой [17, р 34]. Но если мы говорим о социальном развитии, то возможно выделить только два социальных процесса, к которым применим термин развитие. И эти процессы связаны с ростом знаний и ростом социального контроля. Без учета этих аспектов невозможно эффективно управлять инновационной деятельностью в организации. Выявление этих аспектов может быть основой для дальнейших исследований в области количественной оценки социальной эффективности инновационной деятельности и комплексной оценки потенциала предприятия.

Литература:

1. Как превратить знания в стоимость: Решения от IBM Institute for Business Value / Составители: Эрик Лессер, Лоренс Прусак; Пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2006.
2. Ольве Нильс-Горан, Рой Жан, Ветер Магнус. Сбалансированная система показателей. Практическое руководство по использованию; Пер. с англ. М.: Издательский дом «Вильямс», 2006.
3. Ритцер Джордж. Современные социологические теории. 5-е изд. СПб.: Питер, 2002.
4. Феликс Янсен. Эпоха инноваций: Пер.с англ. М.: ИНФРА-М, 2002.
5. Alexandre Trigo. Innovation Patterns under the Magnifying Glass. Firm-level latent class analysis of



- innovation activities in services. Manchester Business School. Working Paper № 578, 2009.
6. Ben Ramalingman. Tools for Knowledge and Learning. A Guide for development and Humanitarian Organisations. Overseas Development Institute, 2006.
7. Creating the Innovation Culture. Geniuses, Champions and Leaders. By Langdon Morris. InnovationLabs, 2007.
8. George J. Bryjak, Michael P. Soroka. Sociology: Cultural diversity in a changing world. Allyn and Bacon. 2001.
9. Hippel, Eric von. Democratizing innovation / Eric von Hippel. MIT Press, Cambridge, 2005.
10. Innovation metrics. The Innovation Process and How to Measure it. By Langdon Morris. An InnovationLabs LLC, Nov. 2008.
11. Jeffrey Phillips, Dean Hearing. Innovation on Purpose. A systematic approach to sustainable, repeatable innovation using the Concept to Cash business process. NetCentrics corporation, August, 2005.
12. Mills, Albert J. Organizational rules: a framework for understanding organizational actions/ Albert J. Mills & Stephen J. Murgatroyd. Open University Press. 1991.
13. Nybakk, E & Jenssen, J.I. 2012. Innovation strategy, working climate, and financial performance in traditional manufacturing firms: An empirical analysis. International Journal of innovation management. 16 (2) April 2012, 26 pp.
14. Rational choice theory. Advocacy and Critique. Edited by James S. Coleman, Ythomas J. Fararo. Key Issues in sociological theory. SAGE Publications, Inc. Newbury Park, California. 1992.
15. Scott, W. Richard. Organizations: rational, natural and open systems / W. Richard Scott. Printice-Hall, Inc. 1998. p. 20 Social theory for a changing society / edited by Pierre Bourdieu and James S. Coleman. Westview Press, Inc. Colorado, 1991.
16. Sociology. A Guide to Problems and Literature by T.B. Bottomore. New Edition. George Allen & Unwin Ltd. 1998.
2. Olve Nils-Goran, Roy Jean, Wetter Magnus. Performance drivers: A practical guide to using the balanced scorecard. Trans. from English. M.: "Vilyams" Publish., 2006.
3. George Ritzer. Modern sociological theory. 5th ed. SPb.: Piter, 2002.
4. Felix Jansen. The era of innovation: Transl. from Eng. M.: INFRA-M, 2002.
5. Alexandre Trigo. Innovation Patterns under the Magnifying Glass. Firm-level latent class analysis of innovation activities in services. Manchester Business School. Working Paper № 578, 2009.
6. Ben Ramalingman. Tools for Knowledge and Learning. A Guide for development and Humanitarian Organisations. Overseas Development Institute, 2006.
7. Creating the Innovation Culture. Geniuses, Champions and Leaders. By Langdon Morris. InnovationLabs, 2007.
8. George J. Bryjak, Michael P. Soroka. Sociology: Cultural diversity in a changing world. Allyn and Bacon. 2001.
9. Hippel, Eric von. Democratizing innovation / Eric von Hippel. MIT Press, Cambridge, 2005.
10. Innovation metrics. The Innovation Process and How to Measure it. By Langdon Morris. An InnovationLabs LLC, Nov. 2008.
11. Jeffrey Phillips, Dean Hearing. Innovation on Purpose. A systematic approach to sustainable, repeatable innovation using the Concept to Cash business process. NetCentrics corporation, August, 2005.
12. Mills, Albert J. Organizational rules: a framework for understanding organizational actions/ Albert J. Mills & Stephen J. Murgatroyd. Open University Press. 1991.
13. Nybakk, E & Jenssen, J.I. 2012. Innovation strategy, working climate, and financial performance in traditional manufacturing firms: An empirical analysis. International Journal of innovation management. 16 (2) April 2012, 26 pp.
14. Rational choice theory. Advocacy and Critique. Edited by James S. Coleman, Ythomas J. Fararo. Key Issues in sociological theory. SAGE Publications, Inc. Newbury Park, California. 1992.
15. Scott, W. Richard. Organizations: rational, natural and open systems / W. Richard Scott. Printice-Hall, Inc. 1998. p. 20 Social theory for a changing society / edited by Pierre Bourdieu and James S. Coleman. Westview Press, Inc. Colorado, 1991.
16. Sociology. A Guide to Problems and Literature by T.B. Bottomore. New Edition. George Allen & Unwin Ltd. 1998.
- References:**
1. How to turn knowledge into cost: Solutions by the IBM Institute for Business Value / Compiled by Eric Lesser, Laurence Prusak; Transl. from English. M.: Alpina Business Books, 2006