

B. A. Месяц

МОНИТОРИНГ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ

*Работа представлена кафедрой социологии и управления персоналом
Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов.
Научный руководитель – доктор экономических наук, профессор В. К. Потемкин*

В статье исследуется проблема участия персонала в инновационном развитии компаний. Представлен авторский подход изучения данной проблемы – на пересечении экономики, социологии, психологии, менеджмента персонала. Предложен системный мониторинг инновационного потенциала персонала организаций и области применения результатов мониторинга в системе работы кадровой службы.

Ключевые слова: инновация, инновационный потенциал, творческий потенциал.

The problem of personnel's participation in innovative development of companies is researched in article. The author proposes the approach of studying this problem in crossing of economics, sociology, psychology and management of personnel. The author also suggests system monitoring of personnel's innovative potential and application of monitoring results in the system of the personnel service's functioning.

Проблемы инновационного развития предприятий в последние годы все чаще становятся предметом обсуждения ученых, руководителей предприятий, представителей элиты бизнеса, представителей законодательных и исполнительных органов власти. Успехи ведущих мировых производителей позволяют, проанализировав их опыт, выявить закономерности инновационных процессов, увидеть преимущества и риски пути реформирования.

Большинство ученых, занимающихся вопросами инноватики, в том числе И. Н. Молчанов, Э. А. Уткин, Л. М. Гохберг, Ф. Никсон, В. Г. Медынский, П. Н. Завлина, С. В. Валдайцев, С. Ю. Глазьев, А. А. Дынкин, в своих работах делают акцент на видении инноваций как системного процесса на уровне предприятия и государства (мезоуровень). Микроуровень рассмотрения проблемы – уровень конкретного сотрудника и кадровой службы предприятия (социальный аспект) – представлен в работах М. С. Когана, В. Ядова, В. К. Потемкина, Ю. А. Карповой, В. Г. Зинова, В. А. Спива-

ка и некоторых других отечественных авторов. Немаловажными являются разработки психологов и педагогов, которые изучают личностные аспекты процесса творчества: А. Танненбаум, А. Олах, А. Маслоу, Дж. Гилфорд, К. Тейлор, Г. Грубер, П. Торренс, Д. Векслер, Г. Айзенк, Л. Термен, Р. Стернберг, З. Фрейд, А. А. Матюшкин, В. Н. Дружинин, Б. Д. Богоявленская, Я. А. Пономарев и др.

В. Г. Медынский в своей книге «Инновационный менеджмент» приводит и анализирует 28 определений понятия «инновация», данных разными авторами, а также публикует свое. «Под инновацией подразумевается объект, внедренный в производство, в результате проведенного научного исследования или сделанного открытия, качественно отличный от предшествующего аналога» [3, с. 5]. В. Г. Медынский особо указывает, что этот объект должен быть не просто внедрен в производство, «а успешно внедренный и приносящий прибыль» [3, с. 6].

Энциклопедический словарь так определяет термин «инновация»: инновация в

любой сфере жизнедеятельности человека направлена на улучшение удовлетворения традиционных, обновленных или новых потребностей, существующих либо в рыночном спросе, либо в практической деятельности. В соответствии с действующими международными статистическими стандартами, категория «инновации» используется применительно к новшествам в области техники и технологии. Новшества в области организации и управления производством и трудом, информационные технологии, социальные и коммунальные услуги не учитываются и не рассматриваются в составе технико-технологических инноваций, к ним принято применять категорию «нововведение» [4, с. 203].

За каждым новшеством или нововведением стоит человек (или группа) – создатель, разработчик, сотрудник. И тогда становится важным обратиться к психологическому и социальному пониманию вопроса. Недаром в экономических теориях в определенный момент появляется термин «человеческий капитал». Человек с его знаниями, навыками и опытом является тем недостающим звеном экономических процессов, без которого невозможен прогресс. В психологии знания, навыки и опыт принято обозначать в терминах «интеллектуальный» и «творческий потенциал», «личностные качества».

Обратимся для сравнения к психологическому определению понятия «творчество». Во-первых, в узком смысле, это человеческая деятельность, порождающая нечто качественно новое, никогда раньше не бывшее, и имеющее общественно-историческую ценность. Во-вторых, творчество – это всякая практическая или теоретическая деятельность человека, в которой возникают новые (по крайней мере, для субъекта деятельности) результаты (знания, решения, способы действия, материальные продукты)» [1, с. 536].

Таким образом, из приведенных выше определений видно, что все три понятия

(новшество, инновация, творчество) рассматриваются как процесс и как результат деятельности человека, обеспечивая улучшение, усовершенствование повседневной жизни для других.

Следовательно, закономерности, выявленные в одной науке, можно попытаться применить в смежных с ней областях других наук. Проводимая автором статьи исследовательская работа исходит из актуальности результатов для проведения кадровой работы на предприятиях и в организациях различных отраслей экономики: производство, туризм, обслуживание и развлечения. Исследование проводилось с использованием социологических и психологических методов; при анализе и интерпретации результатов применялись качественные и количественные статистические методы.

В ходе интервью Л. Ночевкиной и И. Дитце выяснилось, что вице-президент компании «ЗМ» по зарубежным НИОКР Дж. Николсон считает, что «приблизительно 10% сотрудников компании должны быть новаторами, причем в разном качестве» [2, с. 111]. Следует обратить внимание на то, что творческие сотрудники должны работать в разных подразделениях компании – компания заинтересована в творческом потенциале менеджеров разных уровней, ученых, инженеров, специалистов, сбытовиков, рабочих. Более того, необходимо учитывать, что некоторые специалисты работают лучше в условиях повышенного риска (генераторы идей), другие – в условиях стабильности (сотрудники, эффективно реализующие идеи). Предложенная автором статьи методика определения творческого потенциала сотрудников позволяет оценить количественный и качественный состав творческого персонала в разных подразделениях и на предприятии в целом.

М. Грачев [2, с. 97–98] предлагает рассматривать и анализировать инновационный потенциал фирмы в целом по следующим параметрам:

- наличие ресурсов для инновационной деятельности, а также их распределение в организации (финансирование НИОКР, знания и навыки персонала, политика развития компании);
- анализ параметров конкурентной среды (деловая разведка, прогноз инновационных стратегий, стратегическое планирование эволюции отрасли и взаимодействий с другими отраслями);
- аудит технологической среды фирмы (формирование новых компетенций персонала, прогноз развития новых технологий);
- оценка структурного и социокультурного потенциала для нововведений (механизмы управления, информационные потоки, стратегии интеграции различных функциональных групп, принципы финансирования незапланированных инициатив, поощрение новаторского поведения);
- наличие способности высшего руководства четко и адекватно формулировать стратегию развития, выявлять лидеров-новаторов и поддерживать их усилия.

Экономическими показателями инновационного потенциала фирмы являются два основных критерия: *эффективность инвестиций в нововведения* (показатель «возврат инвестиций, вложенных в инновацию», показатель «степень успеха новшеств», показатель «выживаемость новых продуктов, «объем продаж и прибыль от новой продукции», «соотношение роста доходов» за 3–5 лет с ростом доходов за более длительный период) и *эффективность инновационных программ* (показатель «инновационная ориентация НИОКР», показатель «портфель нововведений», показатель «поток нововведений», показатель «новаторство персонала», показатель «скорость выведения новшеств на рынок»).

В 1980-х–1990-х гг. в практике корпораций появились системные оценки инновационного потенциала: *ключевые компетенции и цепочки ценностей*.

Для оценки инновационного потенциала сотрудников можно использовать мо-

дифицированные варианты методик, предложенных выше, а также комплект психологических методик: методику исследования творческого мышления (ТТСТ) П. Торренса, исследование локуса контроля (УСК) Дж. Роттера, тест интеллектуального потенциала (Т.И.П.) П. Ржичан, исследование когнитивного стиля полезависимости – полнезависимости (ПЗ-ПНЗ) Л. Терстона «Скрытые фигуры».

Комплект психологических методик предлагается использовать как входной контроль (при приеме на работу, планировании инновационных изменений в фирме) и как текущий контроль (наличие и расстановка творческого персонала, создание рабочих групп, планирование обучения, разработка стратегии развития кампании, разработка политики мотивации и поощрения инициатив и др.).

Экономические методики оценки инновационного потенциала сотрудников можно использовать как текущий и итоговый контроль. Например, для аттестации и ротации кадров, для формирования команд, для определения уровня вознаграждения и т. д.

Можно предложить следующие модификации методик оценки инновационного потенциала фирмы для оценки инновационного потенциала сотрудников.

Эффективность инвестиций в инновационный потенциал сотрудников предполагается оценивать на основе нижеперечисленных показателей.

Показатель «возврат инвестиций, вложенных в сотрудника» соотносит прибыль, полученную за 3–5 лет от новых товаров (услуг), предложенных сотрудником для разработки, с совокупными «вложениями» в сотрудника.

Показатель «степень успеха новшеств, предложенных сотрудником» складывается из соотношения числа удачных новых товаров с общим числом новых товаров, выведенных на рынок за 3–5 лет, из числа предложенных сотрудником.

Показатель «выживаемость новых продуктов, предложенных сотрудником» отражает способность новшеств, предложенных сотрудником, окупить затраты (соотношение выведенных на рынок новых продуктов и той их доли, которая продолжает удерживаться на рынке, из числа предложенных сотрудником).

«Объем продаж и прибыль от новой продукции, из числа предложенных сотрудником».

«Соотношение роста доходов компании» за 3–5 лет с ростом доходов за более длительный период (с учетом количества творческих сотрудников и количества их воплощенных идей).

Предполагается, что эффективность инновационных программ также можно оценить с позиции вклада персонала. Показатель «инновационная ориентация программ, предложенных сотрудниками» (в финансовом исчислении) – это баланс затрат на разработку радикальных нововведений

и на поддержание и усовершенствование существующих технологий и продуктовых линий.

С помощью показателя «портфель нововведений» разделяют новшества, новые для рынка (отрасли), новшества, новые для компаний, и новшества по усовершенствованию производства.

Показатель «поток нововведений» позволяет учитывать стабильность разработки новых товаров и услуг, постоянную активность персонала.

Доходы от коммерциализации новых продуктов в расчете на одного задействованного в инновационном процессе персонала отражает показатель «новаторство персонала».

Показатель «соотношения инновационных предложений» сотрудника по усовершенствованию существующих технологий и по прорывным инновационным проектам.

Завершает список показатель «скорость выведения новшеств на рынок».

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Большой психологический словарь / Сост. и общ. ред. Б. Г. Мещеряков, В. П. Зинченко. СПб., 2004. 672 с.
2. Инновационная экономика / А. А. Дынкин, М. В. Грачев, Н. И. Иванова и др. М., 2004. 352 с.
3. Медынский В. Г. Инновационный менеджмент: Учебник. М., 2005. 295 с.
4. Энциклопедический словарь. Современная рыночная экономика. Государственное регулирование экономических процессов / Общ. ред.: д. э. н., проф. В. И. Кушлин, д. э. н., проф., член-корр. РАН В. П. Чичканов. М.: Изд-во РАГС, 2004. 744 с.