

Национальный исследовательский
Мордовский государственный
университет им. Н. П. Огарёва
Саранск, Россия

РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЕНЕДЖЕРОВ (СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ)

Аннотация: Реальностью сегодняшнего дня становится менеджер, владеющий не только профессиональными знаниями, умениями и навыками, но и человек, чья деятельность направлена на преодоление сложившихся стереотипов, развитие инновационных идей, эффективно, по-новому решать актуальные задачи своего предприятия/организации. Таким образом, социологический анализ уровня развития инновационных ориентаций, а также использования в своей трудовой деятельности инновационных практик у региональных менеджеров представляет особый интерес с точки зрения объяснения причин успехов или неудач среди российских организаций и предприятий. Целью исследования было, оценить роль инноваций в профессиональной деятельности менеджеров.

Ключевые слова: инновации, инновационная деятельность, менеджеры, инновационная атмосфера предприятий, организационная культура.

В последние годы широко используется понятие «экономика, основанная на знаниях», которое означает, что в данном типе экономического развития основным фактором роста является масштабное использование интеллектуального ресурса и инноваций – новых знаний и технологий в практической деятельности субъектов хозяйствования.

Представляется, что в каждой профессии, сфере деятельности есть работники, обладающие инновационными возможностями. Одни выдвигают нестандартные, оригинальные идеи, другие вырабатывают решения, предлагают технические и технологические новшества, третьи отличаются умением творчески подходить к реализации этих новаций. Успех инновационной модернизации в решающей степени определяется сбалансированным сочетанием различных категорий инновационно активных работников. Сегодня как никогда ранее важно уметь не только выдвигать новые идеи, разрабатывать новшества, но и внедрять их, достигая практического результата. Среди социально-профессиональных групп российского общества, способных, по выражению Г.Г. Дилигенского, интенсивно «генерировать социальных субъектов модернизации»[1], особая роль принадлежит менеджерам, занятым в различных секторах экономики и занимающихся преимущественно умственным трудом.

Современная российская наука выводит исследование проблем инновационных ориентаций менеджеров в профессиональной деятельности на уровень приоритетных направлений, демонстрируя внимание раз-

личных научных дисциплин к данному явлению не только сквозь призму отраслевых задач, но благодаря пониманию данного явления как глобальной социальной значимости. Социологические исследования инновационных аспектов профессиональной деятельности менеджеров посвящены работы Т.И. Заславской, Н.И. Лапина, Б.И. Максимова, А.А. Московской, П.В. Романова, и др.

По мнению современных ученых, социально-профессиональная группа менеджеров, обладает многообразным уровнем человеческого капитала и именно от этой группы в наибольшей степени зависит успех инноваций в бизнесе. Общей характеристикой, объединяющей менеджеров разного уровня и направления, определяющей их инициативность, работоспособность, энергичность и настойчивость в достижении цели, в настоящее время является ориентация на инновационную деятельность.

В данной статье предпринята попытка оценить роль инноваций в профессиональной деятельности менеджеров. Задачами данной статьи было:

- оценить уровень ориентации на инновационность; проанализировать установки и поведенческие модели ее представителей;
- рассмотреть участие менеджеров в различных видах инновациях на предприятиях/организациях.

В сентябре-октябре 2015 года автором данной статьи, было опрошено 115 менеджеров среднего и низшего звена 25 средних и крупных организаций и предприятий (с численностью персонала от 50 до 500 человек) Республики Мордовии. Опрошенных мужчин составило 42%, женщин 58% от всей выборки. Медианный возраст составил 36 лет. Менеджеры среднего и низшего звена занятые в государственном секторе составляют 25%, остальная часть менеджеров (75%) работают в частном секторе.

Организации, ставшие объектами анализа, расположены на территории Республики Мордовия, имеют различную, организационно-правовую форму и принадлежат к следующим отраслям: финансовый сектор, химическая промышленность, пищевая промышленность, информационные технологии, производство строительных материалов, телекоммуникации и связь.

Согласно критериям отбора все исследованные предприятия являются «успешными» с точки зрения экономической стабильности. На момент исследования большинство из них благополучно миновало стадию выживания и перешло к этапу развития, который интересен тем, что основное значение приобретают эффективность и конкурентоспособность, происходит выделение приоритетов в управлении и сознательный выбор тактик их достижения.

По каждому из предприятий на основе анализа комплексной программы экономического и социального развития Республики Мордовии были собраны количественные показатели экономической деятельности и уровня конкуренции. Совмещение ответов менеджеров и объективных данных о предприятиях позволило связать эффективность профессиональной деятельности респондентов с показателями экономической деятельности предприятий.

В ходе исследования были получены следующие результаты. Проведена оценка опыта участия менеджеров в различных мероприятиях. Из общего числа респондентов 42% принимали участие в различных конференциях, конкурсах, форумах, мастер-классах и 58% нигде не участвовали за последние 5 лет.

В нашем исследовании мы выяснили мнение респондентов относительно того, какими чертами должен обладать «обязательно», хороший работник этого предприятия. Результаты распределения ответов показаны в таблице 1.

Таблица 1. Распределение ответов на вопрос: «Какими чертами, на Ваш взгляд должен обладать обязательно работник на Вашем предприятии?»

Варианты ответа	% респондентов
1. Быть дисциплинированным, выполнять все что поручено	65
2. Работать в полную силу, не халтурить	55
3. Повышать квалификацию, участвуя в различных формах учебы, тренингах, семинарах	40
4. Проявлять инициативность в плане работы, организации труда	32
5. Периодически читать литературу, способствующую повышению квалификации	26
6. Затрудняюсь ответить	10

Как мы видим из таблицы 2, в группу высокообязательных качеств входят «быть дисциплинированным, выполнять все что поручено», «работать в полную силу, не халтурить». А вот интересующие нас ценности инновационных качеств – «повышать квалификацию, участвуя в различных формах учебы, тренингах, семинарах», «проявлять инициативность в плане работы, организации труда», «периодически читать литературу, способствующую повышению квалификации» вошли в группу малообязательных качеств.

Все это позволяет сделать вывод о том, что сами образцы поведения, стандарты, утвердившиеся в российских предприятиях оттесняют проблему инновационности на второй план.

Таблица 2. Распределение ответов на вопрос: «Что, на Ваш взгляд, более всего необходимо, чтобы быть успешным работником на Вашем предприятии/организации»

Варианты ответа	% респондентов
1. Качественное образование	85
2. Хорошее владение профессией	56
3. Инициативность, активность	35
4. Креативность, способность осуществлять нововведения	25
5. Природная одаренность, способность	37
6. Исполнительность	72
7. Умение работать в команде	23
8. Связи, знакомства	2
9. Быстрая обучаемость	38

Таким образом, выявляя роль инноваций в профессиональной деятельности менеджеров в качестве исходной точки эмпирического анализа, выявляет основную интригу исследования: какие качества наиболее востребованы на производстве и в организациях региона – ориентированные на креативность мышления, активность, инициативность, или безынициативность, и точное исполнение своих обязанностей. Результаты исследования показывают, одну из важных характеристик успешного работника занимает «качественное образование», второе место занимает «исполнительность» и третье это «хорошее владение профессией». Важные для анализа инновационных качеств характеристики такие как «инициативность, активность», а также «креативность, способность осуществлять нововведения», занимают довольно низкие позиции. Данные результаты также говорят о слабом развитии на предприятиях/организациях инновационной атмосферы, которая приводит к подавлению инновационной активности, как работников, так и самих менеджеров среднего и низшего звена. На наш взгляд следует отметить, что ин-

Как указывают в своих работах А.Г. Эфендиев и Е.С. Балабанова [9], ценность инновационных качеств имеют большое значение в ролевом стандарте организационной культуры. Таким образом, данные факты рассматривались нами как ролевые образцы, то есть практически ориентированные элементы организационной культуры, которые представляют собой связь реально сложившейся практики и реальной мотивации трудового поведения работника. Если человек в результате своей практики, внушений со стороны руководителей считает, что на их предприятии следовало бы обладать такими-то свойствами, то такое понимание начинает влиять, детерминировать конкретное трудовое поведение индивида.

инновационная атмосфера на предприятиях/организациях служит главным (начальным) компонентом инновационной деятельности. Как отмечает ученый Б.И. Максимов в своих исследованиях «...инновационная атмосфера пронизывает все уровни и сферы организации, проявляется буквально во всем — в ежедневном внимании к новшествам, во введении организационных систем мобилизации ресурсов, в вовлечении в инновационное развитие всего персонала, в постоянном обсуждении инновационных вопросов, в осуществлении инновационных проектов, нововведений различного характера, в разговорах работников на эту тему и т. п.» [5].

На вопрос: «Считаете ли Вы инновации решающим средством в конкурентной борьбе?», результаты исследования показали следующие данные, большинство менеджеров отметили, что инновации являются решающим средством в конкурентной борьбе (65%), для 25% респондентов инновации не являются конкурентным преимуществом и 10% затруднились ответить.

Для того, чтобы определить реальные инновационные достижения у менеджеров, нами был задан во-

прос о личном участии менеджеров в разработке или внедрении инноваций.

Таблица 3. Распределение ответов на вопрос: «В каких из следующих типов инноваций Вы лично принимали участие (отметьте все возможные варианты ответа)»

Варианты ответов	% респондентов
1. Новые виды продукции	10
2. Новые производственные процессы	23
3. Организационные нововведения	48
4. Маркетинговые инновации (формирование новых ценовых стратегий, существенные изменения в дизайне и упаковке продукции, продвижения товаров на рынках сбыта)	38
5. Новые сопутствующие услуги	45
6. Новые методы продаж	40
7. Новые или значительно усовершенствованные технологические процессы, методы	25
8. Не принимал(а) участие ни в каких инновациях	52

Из таблицы 3 видно, что весомая доля менеджеров принимают личное участие в инновациях, данный факт у нас подтверждается также основными экономическими показателями конкурентоспособности предприятий/организаций. Сравнение менеджеров, которые указали свое участие в инновациях, и экономические показатели предприятий на которых они работают, показали достаточно высокую финансово-экономическую динамику и конкурентоспособность. В тоже время менеджеры не участвующие в инновациях, показывающие пассивные позиции по вопросам, подтверждают данные о низкой конкурентоспособности. Одним из объяснений этого явления можно считать архаичность стратегий развития, а также неэффективность, фрагментарность деятельности внутреннего менеджмента организаций.

Основными мотивами участия в инновациях 64% опрошенных назвали материальное вознаграждение, 35% отметили реализацию своего профессионального, творческого потенциала, 27% рост уважения, авторитета среди коллег, 25% самореализация карьерного роста, и 9% затруднились ответить. Таким образом, из составляющих мотивационных стимулов к инновационной деятельности у респондентов на первом месте стоят материальные стимулы, следом идет мотивация профессиональной самореализации, остальные же мотивационные составляющие оказываются далеко не главными.

Подводя итоги проведенного анализа, сделаем несколько общих и важных, на наш взгляд, выводов. Несмотря на ментальную установку менеджеров, на инновационную деятельность практическая реализация довольна слаба, и как видно из результатов исследования основным барьером на пути к реализации инноваций является организационная культура, ограничивающая инициативность, креативность, инновационность. Одним из положительных моментов в изучении роли инноваций в профессиональной деятельности менеджеров это активное участие менеджеров в различных конференциях, форумах, мастер-классах. Распространяющиеся инновационные знания менеджеров со временем перерастают в убеждения, установки, в те самые инновационные ориентиры, которые далее и определяют дальнейшие действия. Возможно, этот фактор будет способствовать созданию и «пробуждению» организационной культуры к инновациям.

Proshkina O.G.

THE ROLE OF INNOVATION IN THE PROFESSIONAL ACTIVITY OF MANAGERS (SOCIOLOGICAL ASPECT)

The reality of today becomes the manager, who owns not only professional knowledge, skills and abilities, but also a person whose activities are aimed at overcoming the stereotypes, the development of innovative ideas, effective new way to solve the urgent problems of the enterprise / organization. Thus, the sociological analysis of the level of development of innovative orientation, as well as use in their work of innovative practices in regional managers is of particular interest in terms of explaining the reasons for success or failure among the Russian organizations and enterprises. The aim of the study was to evaluate the role of innovation in the professional activity of managers. Keywords: innovation, innovation, management, innovative business environment, organizational culture.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Дилигенский, Г.Г. Люди среднего класса / Г.Г. Дилигенский. – М.: Институт фонда Общественное мнение, 2002. – 285 с.
2. Друкер П. Ф. Задачи менеджмента в XXI веке // Питер Ф. Друкер. – М., Вильямс, 2007 – 276 с.
3. Заславская Т.И., О социальных акторах модернизации / Т.И. Заславская, М.А. Шабанова // Общественные науки и современность. – 2011. - №3 – С. 13-25.
4. Лапин Н.И. Теория и практика инноватики // Н.И. Лапин. – М.: Логос, 2008. – 328 с.
5. Максимов, Б.И. Инновационно активные организации / Б.И. Максимов // Петербургская социология сегодня. Сборник научных трудов Социологического института РАН. Вып 4. – 2012. – С.69-87.
6. Московская А.А. Профессионализация менеджмента: цели, барьеры, перспективы / А.А. Московская // Социологические исследования. – 2011. - № 7 – С. 26-37.
7. Романов, П.В. Социология менеджмента и организаций / П.В. Романов. – Ростов н/Дону: Феникс, 2004. – С.48-50
8. Сорокин П.С. Социальные факторы и механизмы развития инноваций в бизнесе: направления исследований и перспективы их интеграции / П.С. Сорокин // Вестник Ленинградского государственного университета имени А.С. Пушкина. Серия: Экономика. 2010. № 4. С. 67-77.
9. Эфендиев, А.Г. Социальная организация российского бизнеса сквозь призму социальных механизмов трудоустройства / А.Г. Эфендиев, Е.С. Балабанова, А.С. Гоголева // Мир России. – 2010. – С. 69-103.