

УДК 338; 005.32

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМ ПОВЕДЕНИЕМ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

©**Глуценко В. В.**, д-р техн. наук, Российский университет транспорта (РУТ МИИТ),
г. Москва, Россия, glu-valery@yandex.ru

©**Глуценко И. И.**, д-р экон. наук, Российский государственный социальный университет
(РГСУ), г. Москва, Россия, prepodavatel-gii@mail.ru

©**Карпова Е. А.**, Российский университет транспорта (РУТ МИИТ),
г. Москва, Россия, flehka100@yandex.ru

©**Сычев В. С.**, Российский университет транспорта (РУТ МИИТ),
г. Москва, Россия, witalii1981@bk.ru

STRATEGIC MANAGEMENT OF INNOVATIVE BEHAVIOR OF THE ORGANIZATION'S PERSONNEL

©**Glushchenko V.**, Dr. habil., Russian University of transport (RUTH MIIT),
Moscow, Russia, glu-valery@yandex.ru

©**Glushchenko I.**, Dr. habil., Russian state social University (RSSU),
Moscow, Russia, prepodavatel-gii@mail.ru

©**Karpova E.**, Russian University of transport (RUTH MIIT),
Moscow, Russia, flehka100@yandex.ru

©**Sychev V.**, Russian University of transport (RUTH MIIT),
Moscow, Russia, witalii1981@bk.ru

Аннотация. Предметом статьи являются инструменты и процессы стратегического управления инновационным поведением персонала организации; объектом статьи является инновационное поведение персонала организации; целью статьи является повышение эффективности стратегического управления инновационным поведением персонала организаций, статье исследованы и уточнены ряд понятий, включая определение понятия «стратегическое управление инновационным поведением» персонала, исследованы и дополнены характеристики известных типов инновационного поведения на уровне организаций и индивидов, описано влияние механистической и органической моделей организации, власти на стратегию инновационного поведения персонала организации, определены методические положения применения инструментов стратегического управления инновационным поведением персонала организации, анализа влияния процедур найма персонала, кадровой политики, политики мотивации на инновационное поведение персонала научной организаций, предложена методика такого анализа.

Abstract. The article focuses on the tools and processes of strategic management of innovative behavior of the staff of the organization; the object of the article is the innovative behavior of the staff of the organization; the purpose of the article is to increase the efficiency of strategic management of innovative behavior of personnel of organizations, the article examines and clarifies a number of concepts, including the definition of “strategic management of innovative behavior” of personnel, investigated and supplemented the characteristics of the known types of innovative

behavior at the level of organizations and individuals, describes the impact of mechanical and organic models of organization, power on the strategy of innovative behavior of personnel, methodical provisions of application of tools of strategic management by innovative behavior of personnel of the organization, the analysis of influence of procedures of hiring of personnel, personnel policy, policy of motivation on innovative behavior of personnel of the scientific organizations are defined, the technique of such analysis is offered.

Ключевые слова: механизм, управление, инновационное поведение, инновации, персонал, власть, лидерство, инструменты, подбор персонала, мотивация, кадровая политика, эффективность.

Keywords: mechanism, management, innovative behavior, innovations, personnel, power, leadership, tools, recruitment, motivation, personnel policy, efficiency.

Актуальность настоящей статьи в 2018 связана с тем, что Президент России Путин Владимир Владимирович поставил задачу перехода к развитию экономики опережающего инновационного вида.

Гипотезой статьи является утверждение о том, что для повышения эффективности инновационной деятельности организации должны осуществлять стратегическое управление инновационным поведением своего персонала.

Целью статьи является повышение эффективности стратегического управления инновационным поведением персонала организаций.

Для достижения данной цели в статье решаются задачи:

- определены понятия и виды инновационного поведения организации и ее персонала;
- описано понятие стратегического управления инновационным поведением персонала организации;
- исследованы инструменты стратегического управления инновационным поведением персонала организации.

Объектом статьи является инновационное поведение персонала организации.

Предметом статьи являются инструменты и процессы стратегического управления инновационным поведением персонала организации.

С точки зрения структуры условимся разделять организационное поведение на рутинное (характерное для типовых технологических и бизнес-процессов) и на инновационное (при реализации уникальных проектов и проектов, бизнес-процессов с большой степенью новизны).

Высказывается точка зрения, что в настоящее время в науке не существует единой трактовки понятия «инновационное поведение». В этой связи актуален и проводится анализ различных трактовок сущности этого понятия [1, с. 132–136]. Инновационным поведением можно назвать инициативный тип индивидуального или коллективного поведения, направленный на систематическое освоением социальными субъектами новых способов деятельности в различных сферах экономической и общественной жизни, либо созданием новых объектов материальной и духовной культур [2].

Инновационным поведением работников организации в настоящей статье условимся называть, взаимодействие сотрудников с окружающей его внешней средой, включающее управленческую (решения), исполнительскую, двигательную, коммуникационную активность и ориентацию в социальной и профессиональной среде в ходе разработки и реализации инновационных проектов в организации.

В сложную структуру инновационного поведения персонала организации можно включить: управленческие решения, направленные на создание новых товаров и услуг освоение новых рынков; поступки, направленные на создание новых товаров и услуг; поступки и решения направленные на формирование проектных команд; поступки и решения направленные на формирование политики и систем мотивации инновационной деятельности персонала организации; вербальные и невербальные коммуникации между заказчиками, участниками и потребителями инновационных продуктов и услуг; психические состояния, создающие творческую атмосферу в коллективе и другое.

Инновационное поведение и его характер влияют на возможность проявления инициативы в области инноваций, протекание процесса инноваций и результаты инноваций, определяющие эффективность инновационной деятельности.

С точки зрения субъектов инновационного поведения можно выделить инновационное поведение на уровне государства (опережающая или догоняющая модель развития), корпораций, элементов кадровой структуры организаций (групп), индивидов (сотрудников).

Стратегическим управлением инновационным поведением персонала организации будем называть целенаправленное воздействие субъектов на объект (персонал) в интересах развития и повышения эффективности инновационной деятельности на длительную перспективу, охватывающую жизненный цикл инновации в целом.

При этом должно учитываться, что инновационное поведение персонала организации и его особенности связаны и с объектом инновационной деятельности (товаром или услугой).

Инновацию определяют как целенаправленное создание нового товара или услуги, улучшение свойств объекта, посредством осуществления нововведений. Следует учитывать, что каждая инновация порождает соответствующие изменения в организации, нацеленные на усовершенствование технологического и/или производственного процесса, процессов распределения, обращения и послепродажного обслуживания товаров и услуг в соответствующей области деятельности. Таким образом инновации влияют на организационную структуру и распределение власти, структуру власти (власть должности и личную власть в организации).

Инновацию можно рассматривать и как принципиально новое решение или предложение (идею) в области технологий, а также техники управления и организации труда. Инновационный процесс в создании новых товаров и услуг, совершенствовании деятельности организации основан на использовании передового опыта и современных достижениях науки. Цель инновации, как правило, заключается в повышении качественных характеристик, что позволяет создать производство максимально эффективным. Другими словами, инновация — это внедрение в работу передовых решений, которые помогают не только улучшить процесс, но и достичь желанных результатов.

Американский исследователь в области менеджмента М. Хамлер определяет инновацию как конечный результат новаторской деятельности, воплотившийся в виде усовершенствованного технологического процесса или продукта, который был представлен на рынок. Инновации характеризуют как понятие разноплановое и разнонаправленное. К областям инноваций относятся все секторы экономики. В частности, при оказании услуг в качестве инновации могут рассматриваться: новшество в самой услуге, ее потреблении, предоставлении и производстве, а также в поведении персонала [2].

Выступая средством осуществления социальных и экономических, технических (продукт), технологических (производство) инноваций инновационное поведение может характеризоваться как активный тип поведения. Такой тип поведения рассматривается в качестве основного способа развития индивида, организации (коллектива), общества.

Инновационное поведение может:

– во-первых, создавать его носителям широкий круг возможностей для легального развития соответственно вложенным усилиям, если в организации кадровая политика, система мотивации направлены на создание вертикальной карьеры и мотивацию инноваторов (инновационно активных индивидов);

– во-вторых, становится источником риска фальсификации инновационного поведения, если действие объективных социально–экономических механизмов подвергается жесткому искусственному ограничению со стороны управляющих систем (надсистем, подсистем), то в этой ситуации возникает опасность трансформации инновационного поведения в псевдоинновационное поведение;

– в-третьих, может быть источником риска явного или латентного конфликта инноваторов с бюрократической системой организации, если инновационные цели провозглашены формально, а фактически система управления организацией имеет жестко бюрократический характер (стремится к неизменности) и по этой причине отторгает инновации.

Российский специалист в области инноваций А. И. Пригожин считает, что главная характеристика инновационного поведения заключается в том, что инновации представляют собой деятельное самосознание человека или группы, то есть, понимание своей личной инициативы как субъективно возможной и общественно принимаемой основы собственного существования [3].

Этот автор (А. И. Пригожин) представляет субъектность как единство осуществления целей в одном лице: субъект есть деятель, способный к выбору типа деятельности, конкретной роли для себя среди других субъектов, к выработке собственных целей и средств для их достижения. Однако, на самом деле ситуация выглядит несколько иначе, а именно, любой инноватор действует в рамках определенных: административно закрепленных за ним полномочий и функциональных обязанностей; сложившейся в организации определенной инновационной философии и культуры; существующей в организации системы институциональных отношений (правил игры) при осуществлении инноваций и в отношении инноваторов.

Инновационное поведение, по мнению И. Р. Харитонова, представляет собой функциональную систему творчества, которая определяется инновационным потенциалом личности (или сообщества), характеризующим их способность: создавать, воспринимать, реализовывать новшества; своевременно избавляться от устаревшего, и ставшего нецелесообразным опыта; творческие инициативы личности или коллектива по преобразованию действительности [4, с. 313].

Инновационному поведению свойственны следующие характеристики:

- целенаправленность, умение предвосхищать результаты;
- ориентированность на преодоление возникающих препятствий;
- гибкость, подразумевающая способность изменять цели, адекватную реакцию на быстро меняющуюся обстановку;
- сочетание спонтанности инновационной идеи с возможностью произвольной регуляции процесса инновации;
- настойчивость в разрешении проблем и преодолении препятствий, но в рамках организационной культуры и не переходящая в агрессивность;
- направленность инноваций на достижение успеха в совокупности его проявлений от оригинальности идеи до получения положительного финансового результата;

– созидательность, под которой понимается стремление к повышению эффективности процесса общественного производства.

Названные эксперты полагают, что сотрудник, проявляющий инновационное поведение, отличается созидательностью. Это означает, что такой сотрудник не тратит силы на борьбу с кем или чем-либо, а вместо этого создает то, что считает нужным. Этими авторами высказывается точка зрения, что созидательность как в бизнесе, так и в учебной, трудовой деятельности, в коммуникации характеризуется тем, что побеждает инноватор, который делает свое дело более эффективно, чем конкуренты, и не тратит свои ресурсы на борьбу с конкурентами. Следует заметить, что практика не подтверждает этот тезис. Это связано с тем, что инновации являются высоко рискованным делом.

По официальной зарубежной статистике доля неудачных инновационных разработок составляет около 50%.

Известно предложение выделить шесть типов инновационного поведения сотрудников в организации.

Рассмотрим эти типы инновационного поведения сотрудников организации, дополнив их результатами собственных практических наблюдений за процессами инноваций в различных организациях:

1. Инноваторы, поведение которых характеризуется тем, что эта часть персонала является инициаторами инноваций, которые предлагают и отстаивают собственные идеи, причем часто могут идти на конфликт ради того, чтобы осуществить задуманные им инновации.

2. Сторонниками нововведений являются сотрудники, которые очень быстро воспринимают инновации (новое), когда убеждаются в их важности для организации и выгоды для себя лично. Такие сотрудники в той или иной мере (насколько это соответствует их краткосрочным и долгосрочным личным интересам) могут поддерживать инновации (осуществлять внутриорганизационное менторство) по отношению к инновации и ее авторам.

3. Сотрудники в своем поведении, колеблющиеся при определении своей позиции по отношению к нововведениям и инноваторам: это сотрудники, которые либо недопонимают значимость инновации для организации, либо чьи личные или групповые интересы не совпадают с интересами инноваторов и по этой причине они видят больше «минусов», чем «плюсов» в данной инновации для себя лично.

4. Сотрудники нейтральные в своем поведении по отношению к инновации (нейтраллисты) — это те, кто безразлично относится к новым предложениям, например, в силу отсутствия заинтересованности по причине несовершенства кадровой политики и/или системы мотивации персонала. Высказывают мнение, что отношение безразличия тоже может рассматриваться как вполне определенная позиция и поведенческий акт: если такие сотрудники безразличны к инновациям, то это говорит о том, что они не поддерживают новое.

5. Сотрудники скептически настроенные и ведущие себя по отношению к инновациям представляют собой ту часть персонала, которая видит или ищет в инновациях (нововведениях), прежде всего негативные последствия, но если эти последствия не затрагивают их лично (или их групповые интересы) или они понимают, что в случае противодействия они могут потерять больше, то они могут не осуществлять поведенческих актов, практических шагов, чтобы помешать процессу инноваций в организации.

6. Сотрудники, консервативно относящиеся к нововведениям — это те, кто оказывает сопротивление инновации в силу консервативного склада ума (традиционализм при восприятии нововведений) или если они видят в нововведении угрозу своему положению в организации. Такие сотрудники могут смириться с инновацией если риск ущерба от сопротивления инновации (например, увольнения с должности) превысит риск их положению от осуществления самой инновации. Для этой категории сотрудников возможен и традиционализм при восприятии нововведений, который подразумевает возможность воспринимать инновации (новое) только тогда, когда эта инновация становится традицией.

Рассматривая эти типы поведения в рамках группы теорий мотивации, основанных на отношении человека к труду, предлагается распространить Z-теорию Уильяма Оучи на сферу инновационного поведения [5, с. 103–108]. Это позволяет выдвинуть частную гипотезу данной статьи: тип инновационного поведения каждой их категорий кадровой структуры и профессиональных групп персонала определяется существующими в этой организации: системой подбора, отбора, найма персонала; кадровой политикой; политикой мотивации персонала; целями деятельности организации, например, инновации в рамках опытно-конструкторских работ (ОКР) или получение прибыли от рутинной (не инновационной) деятельности; философией и типом инновационного поведения организации и другими факторами, которыми можно управлять задавая при этом определенный инновационный тип поведения персонала организации (его категорий, профессиональных, формальных и неформальных групп).

Компании по-разному, в рамках разных философии и идеологии участвуют в инновационных процессах, их тип инновационного поведения и деятельность в этой области различается по степени активности и стилю поведения, действий.

Известно, что российский ученый Л. Г. Раменский предложил классифицировать предприятия и компании по четырем типам инновационного поведения [6, с. 25–40]. Сходная с этой классификация типов инновационного поведения организаций была предложена швейцарским экономистом Х. Фризевинкелем, которая основана на аналогии инновационного поведения компаний с поведением в животном мире [7].

Российские экономисты дискутируют типы инновационного поведения в промышленности, рассматривая альтернативу: разрабатывать инновации самостоятельно или заимствовать чужие инновации [8, с. 125–141]. При этом изучается и инновационное поведение основных российских корпораций и компаний [9, с. 3–14].

Предпринимаются попытки разработки новых подходов к классификации организаций по типу их инновационного поведения на рынке. Предлагают изучать проблему понимания поведения определенной группы компаний на рынке по аналогии и на примере поведения животных, на основе того, как каждый вид компаний реагирует на нестабильную ситуацию на рынке [10, с. 17–18].

При этом логично возникает вопрос об управлении инновационным поведением в организации (предприятии) [11, с. 15–20].

В контексте процессов управления логично подвергать исследованию и институциональные факторы, влияющие на инновационное поведение персонала (работников) российских компаний [12, с. 147–149].

Исследуется и влияние корпоративной культуры на инновационное поведение организации (компании) [13, с. 215–224].

При этом параллельно рассматривают и вопрос о стратегии мотивации сотрудников к инновационному поведению [14, с. 142–143].

Важную роль может играть и отбор персонала в управлении персоналом организации [15, с. 20–23] и инновационном поведении персонала организации.

Большое значение для повышения эффективности инновационного поведения может иметь и кадровая политика инновационно активной организации [16, с. 135–137].

Важную роль в развитии и повышении эффективности инновационного поведения играет и политика мотивации персонала организаций [17 с. 108–111].

Однако, если говорить о степени развития методологического обеспечения управления инновационным поведением организации следует отметить, что в рамках известной классификации было предложено выделять такие типы инновационного поведения организаций в целом [7].

Виолентное поведение характеризует инновационное поведение крупных корпораций, располагающих большими объемами всех видов ресурсов, они действуют на рынке с позиции силы, они финансируют исследования, опытно–конструкторские работы (ОКР), маркетинг и сбытовые сети. Корпорации, относящиеся в виолентному типу инновационного поведения, присутствуют в лидирующих группах во всех отраслях. В исследовательских подразделениях таких корпораций отдельным инноваторам наиболее легко реализовать свой творческий потенциал и быть справедливо оцененным по причине «открытого окна инновационных возможностей», постоянного характера инноваций в организации и развитой инновационной культуры с учетом отраслевой специфики деятельности. Именно эти корпорации ищут талантливых специалистов по всему миру и создают им условия для максимального раскрытия их творческого потенциала в интересах повышения собственной глобальной конкурентоспособности.

За рубежом по этапу в динамике их инновационного развития эти корпорации еще поэтически называют: «гордые львы», «могучие слоны», «неповоротливые бегемоты».

«Гордыми львами» называют за рубежом компании, для которых характерен самый динамичный темп развития с четкой концентрацией на узком, но массовом и перспективном ассортименте продуктов высокого качества и по доступным ценам. Именно эти компании инвестируют большие средства в создание мощных научно–исследовательских структур. Проблема заключается в том, что потенциал роста любого сегмента рынка, в котором работает такой «гордый лев», рано или поздно заканчивается, и он вынужден переходить на позицию «могучего слона».

«Могучим слоном» за рубежом называют компанию, которая характеризуется менее динамичным инновационным развитием, но для которой характерна более диверсифицированная (распределенная) структура деятельности. В таком состоянии корпорация может существовать долгие годы, ее устойчивость обеспечивается большими размерами, диверсификацией и возможным наличием широкой международной сети. При появлении инновационных продуктов на рынке «могучие слоны» проявляют к ней интерес и начинают действовать только тогда, когда успех новинки уже очевиден. Часто они в силу наличия больших финансовых ресурсов и мощного производственного потенциала стремятся оттеснить на второй план или поглотить фирмы–новаторы, стремятся получить максимальную коммерческую выгоду от чужих инноваций. По причине того, что коммерчески успешно развиваются только отдельные направления бизнеса такой корпорации, созидательный эффект от деятельности такой организации постепенно понижается, и она трансформируется (в рамках жизненного цикла организации) в «неповоротливого бегемота».

«Неповоротливым бегемотом» за рубежом принято называть корпорации, которые чрезмерно увлекаются диверсификацией, расплывают свои силы и поэтому теряющие

динамику в своем развитии. Такого рода корпорации по различным причинам могут терять возможность получать адекватную прибыль, может становиться убыточной с последующей реструктуризацией.

Отмечают, что если виоленты — представляют собой крупные корпорации, то пациенты («хитрые лисы») могут быть малыми, средними и изредка крупными компаниями. Инновационная стратегия таких организаций состоит в том, что они находят и занимают свою рыночную нишу (узкий сегмент рынка), ориентируясь на тех потребителей, которым не подходит массовая продукция. Запас конкурентоспособности инновационного продукта при этом достигается благодаря высокой потребительской ценности продукта. Постепенно такая компания может накапливать опыт инноваций и концентрирует ресурсы в избранной узкой нише, вытесняя из этой ниши конкурентов. У такого рода инновационных организаций конкурентоспособность и потенциал развития сохраняется до тех пор, пока существует их сегмент рынка и/или присутствует спрос на продукт.

Компании–пациенты по причине своей эффективности являются привлекательным объектом для поглощения корпорациями–виолентами. Это связано с тем, что непосредственная попытка проникнуть в нишу рынка, контролируемую «хитрой лисой», может повлечь серьезные, а иногда и катастрофические потери. Поэтому поглощение является наиболее привлекательным вариантом доступа к патентам, ноу–хау, специализированной сбытовой сети компании–пациента. Даже после попадания под контроль виолентов пациенты обычно сохраняют высокую степень автономности, как самостоятельные дивизионы поглотившей их корпорации.

Если компания–пациент избежала поглощения, то она может развиваться по двум направлениям: направление первое характеризуется умеренным ростом или стагнацией вместе с освоенной рыночной нишей, второе направление таких компаний характеризуется ростом масштабов деятельности, изменением стратегии развития и превращением компании в виолента.

Третий вид инновационного поведения демонстрируют эксплеренты (ласточки), представляющие собой инновационные компании, цель существования которых состоит в постоянном выпуске радикальных новшеств. Такие небольшие инновационные организации характеризуют как «первые ласточки». Особенность эксплорента заключается в том, что их инновационный потенциал основан в основном на интеллектуальных ресурсах посредством которых разрабатываются инновационные продукты. Наиболее часто финансового и материально–технического потенциала эксплоренту не хватает, поэтому осуществить продвижение своей разработки на рынок он часто не в состоянии. Эксплеренты представляют собой фирмы–новаторы, реализующие начальные этапы инновационного процесса. Такие инновационные организации нуждаются в финансовой поддержке. В случае получения доступа к инвестиционным ресурсам (например, через венчурное инвестирование или проведение IPO), может наблюдаться быстрое развитие эксплорента и эксплорент может превращаться в виолента. В противном случае, при отсутствии финансирования и менторства (поддержки) эксплорент может быстро вытесняться с рынка более крупными игроками. В этом случае вероятными прогнозами могут быть либо банкротство, либо поглощение более крупной фирмой. Реструктуризация малой инновационной фирмы в подразделение корпорации–виолента позволяет продолжить инновационную деятельность, не испытывая дефицита финансовых ресурсов. При этом корпорация — виолент получает доступ к ноу–хау, ставшей подконтрольной ей инновационной компании.

Четвертый тип инновационного поведения присущ компаниям–коммутантам, которых за рубежом определяют как «мыши», представляющие собой, как правило, мелкие фирмы,

ориентирующиеся в своих инновациях к запросам местного рынка. Эти фирмы осваивают свободные ниши, по тем или иным причинам не занятые виолентами, пациентами или эксплерентами. Удовлетворяя ограниченные (локальные) потребности рынка и индивидуальный спрос, они осуществляют объединительную роль, интегрируя экономику в единое целое. На этом основании их назвали коммутантами по причинам того, что они способствуют расширению и ускорению инновационного процесса в двух направлениях: содействуют диффузии нововведений; осуществляют рутинизацию инноваций (перевод их в категорию рутинных бизнес–процессов).

Небольшие инновационные организации нередко содействуют продвижению нововведений посредством имитационной деятельности. На этой основе коммутанты могут получать значительные конкурентные преимущества по сравнению с фирмой, которая первой разработала и вывела товар на рынок. Это связано с тем, что имитация, повторение инновации: во-первых, лишено рисков, связанных с этой инновацией; во-вторых, такие инновации гораздо дешевле (составляет около 60–70%), чем создание нового продукта. При этом мелкое подражательное производство может быть эффективнее крупного бизнеса, обеспечивая качество продукции, близкое с качеством соответствующих оригинальных товаров известных фирм, но при более низких затратах.

Инновационные коммутанты наиболее распространены в отраслях (швейная, мебельная отрасли), в которых патентное право не в состоянии реально защитить дизайн от копирования. В других отраслях (фармацевтика, электроника) срок патентной защиты может быть существенно короче жизненного цикла товара. Это дает возможность такого рода организациям участвовать в процессе распространения, вполне законно копируя лучшие разработки известных фирм. Коммутанты традиционного типа чаще всего имеют небольшие размеры. А при их расширении возникает потребность в смене инновационной стратегии (вероятнее всего, на пациентную), что несет существенный финансовый риск.

Таким образом, в результате проведенного обзора известных источников установлено, что по типу инновационного поведения, организации осуществляющие инновации можно разделить по стилю их корпоративного поведения на виолентов, пациентов, эксплерентов и коммутантов. Каждый из названных типов инновационного экономического поведения характеризуется определенной философией, идеологией, стратегией развития инновационно активной организации, и может быть достаточно эффективен. Условием эффективности каждого и любого из этих типов инновационного поведения является правильное соотношение рыночного запроса на инновации и философии, культуры инновационной деятельности. То, какой именно тип инновационного поведения следует избирать конкретной инновационной организации определяется следующими факторами: размером организации; характером активов; отрасли, в которой функционирует организация; ситуацией на рынках (отраслевом, глобальном и т. д.).

Следует обратить внимание и на то, что возможна и другая классификация типов инновационного поведения организации, основанная на и иерархическом уровне в технологической пирамиде.

По иерархическому уровню в технологической пирамиде можно выделить такие уровни инноваций:

1) на первом уровне технологической пирамиды находятся организации, создающие в инновационном процессе новые технологические принципы, продукция этих корпораций на открытом рынке практически не обращается и часто имеет форму патентов на способы производства (деятельности) и т. п.;

2) на втором уровне исследуемой технологической пирамиды находятся компании, которые на основании этих концептуальных разработок, патентов создают новые технологии производства товаров и услуг в сфере средств производства;

3) на третьем уровне находятся организации, разрабатывающие и производящие на основе результатов деятельности организаций предыдущего уровня материальные технологические комплексы для производства товаров широкого потребления;

4) на четвертом уровне находятся организации, которые с помощью средств, созданных на предыдущем уровне, производящие товары широкого потребления (на этом уровне наиболее вероятны инновации, связанные с совершенствованием производственного процесса и производимых продуктов);

5) на пятом уровне технологической пирамиды находятся организации, осуществляющие добычу сырья и сельскохозяйственную продукцию (на этом уровне наиболее вероятны инновации, связанные с совершенствованием технологий и устройства добычи сырья).

Формы и проявление стратегического инновационного поведения персонала зависят от объективных условий, производственными социальными институтами и организационной культурой для развития и реализации их личных и социальных возможностей в области инноваций в существующих условиях.

По длительности воздействия на инновационное поведение организации факторы делятся на стратегические и тактические. При этом по характеру воздействия факторы могут быть разовыми или постоянными.

Для управления инновационным поведением персонала и организации в целом очень важно определить ключевые точки проблемного поведенческого поля такие составляющие ее структуры, на основе которых можно было бы строить стратегическое планирование и управление поведением организации.

Проблемное поле проектирования стратегического управления инновационным поведением персонала организации может включать такие структурные элементы: стратегические цели инновационной деятельности; дерево целей инновационной деятельности организации; модели организации; организационную структуру; организационную культуру; институциональный механизм развития инноваций; коммуникации в инновационном поведении и другое.

Поведенческий маркетинг при проектировании стратегического управления инновационным поведением персонала организации может включать такие инструменты: стратегия и политика мотивация инноваций; методы анализа и оценки результатов труда и вознаграждение; изменения в организации и управление нововведениями; стиль руководства инновационной деятельностью; внешняя среда прямого или косвенного воздействия и т. д.

Рассмотрим проблемное поле проектирования инновационного поведения организации. Миссия инновационной деятельности с точки зрения организации важна тем, что информирует потребителя о содержании и направлениях инновационной деятельности организации. Миссия оказывает влияние на имидж организации, придает организации определенную индивидуальность. Миссия может рассматриваться как основа для проектирования организационной инновационной культуры поскольку помогает администрации управлять инновационным поведением сотрудников, групп и всей организацией. Успешная реализация целей инновационной деятельности во-многом определяется тем, насколько реально эти цели выбраны и сформулированы (конкретность, достижимость, время достижения).

Цель инновационной деятельности организации может подвергаться декомпозиции (разделению) цели на подцели отдельных подразделений и организации. Такая декомпозиция цели инновационной деятельности приводит к построению дерева целей инновационной деятельности организации.

Стратегическое управление инновационным поведением организации начинается с конструирования организации, анализа условий целей и выбора соответствующей организационной модели.

В менеджменте выделяют две основные модели организации механическая и органическая. Механическая модель характеризуется тем, что в рамках этой модели организация рассматривается как своеобразная «машина», которая работает по строго установленному порядку. Она предполагает достижение высокого уровня «производства» инноваций и обеспечения их эффективности на основе широкого использования правил, процедур, централизованной власти, а также высокой специализации работ. Авторство этой модели приписывают немецкому ученому Максиму Веберу, который впервые описал ее применение и ввел термин «бюрократия» как способ организации коллективных действий. Согласно М. Веберу бюрократическая структура превосходит любую другую форму по точности, стабильности, дисциплине и надежности. Она позволяет руководителям организации с высокой точностью предсказывать результаты управленческих действий и реакции на эти результаты.

При механическом подходе к конструированию организации, по мнению М. Вебера, обеспечиваются благоприятные условия для управления организационным поведением, поскольку:

– во-первых, все задачи разделены на специализированные работы. Специализация и разделение труда позволяют четко определить функции, полномочия и власть, которые необходимы работнику для выполнения возложенных на него обязанностей, а также меры принуждения и порядка их применения;

– во-вторых, каждая задача выполняется в соответствии с системой определенных правил. Эти правила обеспечивают единство и координацию усилий, а также преемственность и стабильность, так как они остаются неизменными, если даже меняются работники;

– в-третьих, каждый структурный элемент организации рассчитан на выполнение работы под руководством только менеджера, власть которого обеспечивается делегированием задач от верхнего уровня иерархии, и, следовательно, любое нижестоящее подразделение подчиняется вышестоящему. Таким образом, создается непрерывная цепь в командной структуре;

– в-четвертых, каждый работник организации связан со своими подчиненными, клиентами или заказчиками безличным, формальным образом: эмоциональная привязанность вредит делу;

– в-пятых, основанием замещения должностных вакансий служит только профессиональная квалификация, которая одновременно является защитой от произвольного увольнения работника;

– в-шестых, карьерный рост осуществляется по старшинству либо в зависимости от достижений в труде (результатах инноваций);

– в-седьмых, совмещение в одном лице собственника и руководителя не допускается, все сотрудники подчиняются единым правилам и оцениваются по унифицированным критериям.

Механистическая модель обычно используется при конструировании организации со стабильной внутренней средой и низким уровнем неопределенности окружающих условий.

Поэтому в сфере инноваций такая модель допускает активное инновационное поведение только при: четко поставленной инновационной задаче; если ее возглавляет активный инноватор, способный генерировать собственные идеи и понять инновационное поведение своих подчиненных. В случае, если такую организацию возглавит просто управленец, хозяйственник, то такая модель организации гасит активность в инновационном поведении персонала организации, продуцирует консервативное инновационное поведение.

Органическая модель может быть использована при конструировании организации, для которой характерны высокий уровень адаптивности, инновационной активности, ограниченное использование правил и процедур, децентрализация власти и относительно низкая степень специализации.

Разработку данной модели связывают с именами английских исследователей Т. Барнса и Дж. М. Сталкера, которые впервые ввели термин «органическая система» для обозначения организаций с гибким менеджментом. По их мнению, основные достоинства органической модели сводятся к следующему:

- она обладает гибкостью и приспособляемостью к окружающей среде (а следовательно, допускает инновационную активность);
- она обеспечивает максимальные возможности инновационно активному сотруднику (работнику) во всех его взаимодействиях с организацией;
- она способствует созданию и поддержанию у работника чувства личного достоинства и значимости;
- процессы принятия решения, контроля и выработки целей в организации, построенной на основе такой модели, децентрализованы и разделены на всех уровнях;
- связь, коммуникации в организации осуществляются по всем направлениям, а не только сверху вниз по цепи команды.

Считают, что различия в качественных характеристиках механистической и органической моделей организации объясняются тем, что первая из них ставит во главу угла критерии максимальной эффективности и производительности, а вторая — максимальной удовлетворенности, гибкости и развития. Эти различия особенно ярко проявляются в процессах, которые влияют на инновационное поведение человека в организациях этих видов.

Механистическая и органическая модели влияют и определяют характер институциональных отношений («правил игры») при осуществлении инноваций в организации. Эти «правила игры» формируют и институциональный механизм инновационной деятельности в организации. Институциональным механизмом развития и повышения эффективности инновационной деятельности в организации будем называть систему форм и методов регулирования отношений между субъектами (актерами) инновационной деятельности. К структурным элементам механизма повышения эффективности инновационной деятельности можно отнести: морально–психологический климат и творческую атмосферу в организации; отношения при определении, регистрации и охране прав интеллектуальной собственности; менторство в отношении инновационно активных сотрудников; поддержка связями участников инновационной деятельности; венчурное финансирование; политику мотивации персонала инновационной деятельности и другое.

Отношения и система менторства и поддержки активных участников инновационной деятельности имеет особо важное значение в связи с тем, что такие участники и их

деятельность подвержены повышенным объективным рискам (связаны со сложностью и рисками инноваций) и субъективным рискам (связаны с инновационным поведением и отношениями в организации).

Системы мотивации играют важную роль в управлении человеком в организации [1, с. 114–128]. Политикой мотивации сотрудников участвовать в ИД предлагается считать скоординированную деятельность всех участников инновационной деятельности и связанных с инновациями отношений, нацеленных на повышение заинтересованности персонала, организаций, государства в развитии и повышении эффективности инновационной деятельности.

На уровне организационного поведения эти две модели деятельности организаций различаются, прежде всего, морально–психологическим климатом в организации и распределением структуры власти. Механистическая модель организации больше подходит для управления рутинным поведением, а органическая модель организации больше подходит для управления инновационным поведением в организации.

Морально–психологическим климатом инновационной деятельности условимся называть преобладающий в группе или организации (коллективе в целом) относительно устойчивый психологический настрой его руководства, мультиплицированный в настоящее время сотрудниками организации (членов коллектива), проявляющийся во всех многообразных формах в процессе инновационной деятельности организации и, определяющий возможность и условия инновационного поведения как отдельных сотрудников, так и инновационной организации в целом.

Что касается отличий в структуре и соотношении структурных элементов власти при механистической и органической моделях, то следует обратить внимание на такие моменты. Как известно, властью называют чью-то способность влиять на кого-то в целях изменения его поведения. Определение власти в качестве организационного процесса подразумевает, что, во-первых, власть — это потенциал, т. е. она существует не только тогда, когда она используется (применяется); во-вторых, между тем, кто применяет власть, и тем, по отношению к кому эта власть применяется, существует взаимозависимость; в-третьих, тот, в отношении кого используют власть, имеет определенную свободу действий. При этом в инновационной деятельности (и при органической модели) принципиально, что власть может происходить из должности или из свойств и характеристик личности сотрудника.

Следует учитывать, что власть должности делегируется ее обладателю теми, кому он подотчетен (а не происходит не из самой должности). При этом организационная основа власти охватывает: принятие решений, вознаграждение, принуждение, власть над ресурсами, власть связей.

Личной властью называют степень уважительного, хорошего и преданного отношения к ее обладателю со стороны подчиненных, основанная на близости целей двух сотрудников организации. Следовательно, личная власть происходит со стороны подчиненных (снизу) или от коллег аналогичного иерархического уровня (горизонтальное взаимодействие). При этом источниками личной власти могут быть: экспертная власть, власть примера, право на власть, власть информации, потребность во власти.

Под экспертной властью подразумевается способность руководителя, специалиста влиять на поведение подчиненных и коллег в силу своей компетентности, уровня подготовки и образования, опыта и таланта, умений и навыков, а также наличия специальных знаний и творческих способностей.

Власть примера позволяет руководителю (или специалисту) оказывать свое влияние на подчиненных (и коллег), являющееся результатом личной привлекательности такого примера

для подчиненных и коллег, является результатом, следствием его харизмы. Харизмой принято называть власть, базирующуюся на силе личных качеств и стиля руководителя или коллеги.

Право на власть является личностным источником власти в меру способности и возможности руководителя влиять на подчиненных с позиции занимаемой им должности. Каждый из руководителей использует данные ему права в меру своих способностей.

Влиять на вышестоящее руководство можно только с использованием личной власти, но не должностной. Власть охватывает всю жизнь организации, поддерживает ее структуру. Важным механизмом реализации власти в группе является лидерство.

Под лидерством в инновационной деятельности условимся понимать способность инновационно активного индивида выдвинуть мотивирующую инновационную цель для группы и(или) организации и эффективно использовать все имеющиеся источники власти для превращения созданного для других видения инновационного будущего в реальность. Поэтому для инновационного лидерства необходимы компетентность, творческий потенциал и соответствие между инновационными целями лидера и тех, кто за ним следует.

Важен и стиль инновационного лидера, отражающий то, каким именно способом и образом он достигает продвижения инновационного проекта в конкретной ситуации. Инновационный лидер добивается подчинения сотрудников в ходе реализации проекта, действуя правильно. В отличие от лидерства, власть должности может сосредотачиваться на том, как добиться подчинения, вне зависимости от степени соответствия целей субъекта и объекта власти должности и правильности действий власти должности.

При этом, как уже отмечалось, важную роль может играть и подбор, отбор, наем персонала в стратегическом управлении инновационным поведением персонала организации [15, с. 20–23].

При подборе, отборе, найме персонала в организации, чья деятельность и конкурентоспособность основана на активном инновационном поведении персонала необходимо дополнительно включать в критерии отбора претендентов оценку: творческих способностей; способность к творческой работе в команде; способность оценивать по достоинству инновации других сотрудников; справедливость в отношениях и др.

Большое значение для стратегического управления и повышения эффективности инновационного поведения персонала может иметь и кадровая политика инновационно активной организации, которая должна предусматривать нацеленность на результативность инноваций в организации [16, с. 135–137], а не на субъективные факторы и предпочтения при решении вопросов продвижения сотрудников в рамках вертикальной и/или горизонтальной карьеры. Критерием продвижения кадров должны стать полезность данного кадрового назначения для повышения эффективности инноваций.

Важным инструментом развития и повышению эффективности инновационного поведения может стать, быть и политика мотивации персонала организаций [17 с. 108–111].

По аналогии с политикой мотивации персонала организации [17, с. 108–111], политикой мотивации инновационного поведения персонала организации предлагается назвать систему скоординированных мероприятий в сфере мотивации, нацеленных на рост инновационной активности, заинтересованности персонала в повышении эффективности и результативности инновационной деятельности организации.

Политика мотивации персонала инновационно активной организации должна базироваться на соответствующей условиям деятельности теории мотивации и/или классификации мотивов.

Анализ практики показывает, что в сфере мотивации в российской инновационной системе могут одновременно наблюдаться: относительно низкий уровень мотивации рядовых

работников бюджетных организаций (структурная бедность) и существовать категории работников с высоким материальным вознаграждением. К последним применяют ранние теории мотивации, которые утверждают, что хорошо работают удовлетворенные люди.

Следует обратить внимание на то, что исследования отраженные в известной комплексной теории мотивации Портера–Лоулера утверждают, что аванс не мотивирует и, что именно достижение результатов должно приводить к удовлетворению посредством вознаграждения. Кроме того, рекомендуется учитывать теории ожиданий В. Врума и теорию справедливости Д. С. Адамса. Теория справедливости постулирует необходимость для результативной инновационной работы поддерживать справедливость в вознаграждении по результатам научных исследований. Гипотетически определенный эффект торможения в научных исследованиях и инновациях может создаваться политикой мотивации в результате сильной дифференциации оплаты труда руководителей и рядовых сотрудников инновационных команд (коллективов). Рассмотрим международноизвестную модель мотивации под названием «имперская конstellляция мотивов». Эта модель была выявлена и описана в процессе исследования систем мотивации и кадровой политики организаций в Мексике. Авторы этой модели считают, что имперская конstellляция мотивов проявляется в том, что в кадровой политике и мотивации персонала приоритет отдается консолидации власти и исполнительской дисциплине в организации при некотором снижении требований к достижениям организации, ее подразделений и сотрудников. В такой организации кадровая политика и политика, система мотивации персонала организации в большей мере ориентирована на исполнительскую дисциплину и консервативное инновационное поведение персонала. При этом исполнительность (консервативное поведение) может противопоставляться творческому подходу (инновационному поведению) в деятельности. В результате этого творческий инновационный подход в деятельности организации может уступать место бюрократическому консервативному подходу в инновационном поведении и деятельности. В такой ситуации развитие науки и инноваций может замедляться.

Для предотвращения такой ситуации может быть рекомендовано проводить анализ, оценку абсолютного и относительного оптимума мотивации персонала в научной организации на базе модели Йеркса–Додсона. При рассмотрении абсолютного оптимума мотивации эта модель постулирует, что существует оптимум мотивации (уровня возбуждения) и фиксированная граница мотивационного возбуждения, при выходе за пределы которой дальнейшее повышение мотивации (в частности, материального вознаграждения) порождает ухудшение результатов деятельности.

По аналогии с законом Йеркса–Додсона можно предложить частную гипотезу о том, что существует оптимум относительный мотивации различных категорий персонала в научной организации, влияющий на их инновационное поведение. Этот оптимум влияет на оценку справедливости вознаграждения различных категорий научно–педагогических работников. При выходе за границы области относительной оптимальности дифференциации мотивации персонала, принадлежащего к разным элементам кадровой структуры организации, может нарушаться механизм внутриорганизационного взаимодействия разных категорий персонала, что вызывает снижение социально–экономического эффекта от научной, инновационной и образовательной деятельности в научной организации, вузе в целом.

Большой (в абсолютном и относительно других категорий персонала) и не связанный с активностью и эффективностью инновационного поведения, реальными достижениями уровень оплаты менеджмента организаций и вузов может порождать стремление поставленного в такие условия менеджмента организации избежать рисков, связанных с

осуществлением и внедрением результатов инноваций в организации. В такой ситуации может возникать и поддерживаться в кадровой и мотивационной политике механизм торможения инновационного развития организации, по причине снижения мотивации персонала, приводящего к падению эффективности научных исследований и инноваций. Кроме того, абсолютно и/или относительно невысокий уровень оплаты одних категорий работников организации относительно других категорий работников может (на основе теории справедливости Д. С. Адамса) порождать оценку положения с оплатой труда различных категорий сотрудников как несправедливую и снижать уровень активности инновационного поведения сотрудников с низкой заработной платой. Это может объясняться тем, что при появлении мнения о несправедливости в оплате труда может наблюдаться снижение интенсивности усилий, понижение активности инновационного поведения таких категорий персонала организации.

Таким образом обосновано, что существенные возможности в увеличении эффективности постиндустриальной науки и инноваций могут быть сосредоточены в сфере кадровой политики и политики мотивации персонала. Это связано с тем, что есть основания полагать, что в сфере мотивации в науке и инновациях все еще применяются ранние теории мотивации. Эти теории мотивации утверждают, что хорошо работают удовлетворенные люди. Более поздние исследования отраженные в известной комплексной теории мотивации Портера–Лоулера утверждают, что аванс не мотивирует и, что именно достижение результатов в результате инновационного поведения должно приводить к удовлетворению потребностей сотрудников путем их вознаграждения. Кроме того, может не учитываться известная теория справедливости Д. С. Адамса, которая утверждает необходимость для результативной работы поддерживать справедливость в вознаграждении по результатам научных исследований.

Гипотетически определенный эффект торможения может создаваться и в результате чрезмерной дифференциации оплаты труда руководителей и сотрудников организаций. Исследователи считают, что если при реализации кадровой политики и мотивации персонала приоритет отдается консолидации власти в организации за счет снижения требований к достижениям организации, ее подразделений и сотрудников, то может возникать эффект, обнаруженный при исследованиях в Мексике и получивший название «имперская констелляция мотивов». В такой организации кадровая политика и система мотивации персонала больше ориентирована на исполнительскую дисциплину, которая может противопоставляться творческому подходу в деятельности. В результате этого творческий подход уходит на «задний план». В такой ситуации развитие науки и инноваций может замедляться.

Может быть рекомендовано проводить и анализ, оценку абсолютного и относительного оптимума мотивации персонала в научной организации на базе модели Йеркса–Додсона. Эта при рассмотрении абсолютного оптимума мотивации эта модель постулирует, что существует оптимум мотивации (уровня возбуждения) и фиксированная граница мотивационного возбуждения, при выходе за пределы которой дальнейшее повышение мотивации (в частности, материального вознаграждения) порождает ухудшение результатов научной и инновационной деятельности.

При анализе и оценке относительного, сравнительного для различных категорий научно–педагогического персонала оптимума мотивации персонала в организации рекомендуется применять теорию справедливости Д. С. Адамса (США, 1962). По аналогии с законом Йеркса–Додсона можно предложить частную гипотезу о том, что существует

оптимум относительной мотивации. Этот оптимум влияет на оценку справедливости вознаграждения различных категорий научно–педагогических работников.

При выходе за границы области относительной оптимальности степени дифференциации вознаграждения (мотивации) персонала, принадлежащего к разным элементам кадровой структуры организации, может нарушаться механизм внутриорганизационного взаимодействия разных категорий персонала, что вызывает снижение социально–экономического эффекта от научной, инновационной и образовательной деятельности в научной организации, вузе в целом. Поэтому при проектировании систем мотивации необходимость соблюдения оптимума абсолютной и относительной мотивации и стимулирования труда связана с тем, что в процессе реализации научной стратегии организации системно взаимодействуют различные научные специалисты и категории управленческого персонала организации. Нарушение в процессе научных исследований и инноваций системных связей между различными категориями специалистов и управленческого персонала организации может снижать социально–экономическую эффективность научной деятельности.

Поэтому для обеспечения высоких темпов развития и повышения социально–экономической эффективности научных исследований может быть рекомендовано провести исследования оптимума абсолютной и относительной мотивации на эффективность научной деятельности.

Большой (в абсолютном и относительно других категорий персонала) и не связанный с научными достижениями оплаты менеджмента научных организаций может порождать стремление поставленного в такие условия менеджмента организации избежать рисков, связанных с внедрением инноваций в организации. В результате этого может возникать и поддерживаться в кадровой политике механизм торможения инновационного развития научной организации и вуза, что снизит мотивацию персонала и темпы роста эффективности исследований. Кроме того, абсолютно и/или относительно невысокий уровень оплаты одних категорий работников относительно других категорий работников может (на основе теории справедливости Д. С. Адамса) порождать оценку положения с оплатой труда различных категорий работников как не вполне справедливой. При этом мнение о возможной несправедливости в оплате труда может вызывать уменьшение интенсивности усилий персонала научной организации, снижает мотивацию отдельных категорий сотрудников активно участвовать в развитии организации и научной, инновационной деятельности в таких организациях.

Кроме того, при стратегическом управлении инновационным поведением персонала организации следует принять во внимание, что по мнению Ричарда Дафта команда (*инновационного проекта — прим. авт.*) представляет собой группу лиц, координирующих свои действия и трудовые усилия для достижения определенной цели [18, с. 642].

К этому определению можно добавить, что для членов команды инновационного проекта важны их компетентность, способность работать в команде, низкая вероятность конфликтов и другое.

В случае большой дифференциации оплаты труда у различных категорий персонала организации могут существовать и быть различные цели, что может порождать конфликты, затруднит и/или даже заблокирует возможность формирования и успешной работы команд при реализации научных и/или инновационных проектов. Например, рассмотрим следующую гипотетическую ситуацию. Сотрудники с небольшой заработной платой вынуждены и будут стремиться путем активного инновационного поведения и

инновационных достижений повысить уровень своей заработной платы и статус в организации (стремятся создать инновационный социальный лифт).

При этом, поскольку фонд оплаты труда для организации общий, то увеличение заработных плат одних категорий работников может происходить за счет снижения уровня оплаты других категорий работников (в теории игр это называется «игра с нулевой суммой»).

В этой ситуации менеджмент организации, получающий высокие заработные платы, не связанные с достижениями в инновациях, не имеет мотивации поддерживать инновационные инициативы своих подчиненных. В этом случае может возникнуть и ситуация, когда менеджмент начинает воспринимать инновации и инноваторов как угрозу их заработной плате и личному статусу в организации. Таким образом, налицо противоречие между целями, инновационными и организационными интересами различных категорий (групп) сотрудников организации. Это противоречие:

– во-первых, препятствует формированию команды для инициативной реализации инновационного проекта;

– во-вторых, может порождать вертикальный конфликт целей различных иерархических групп сотрудников в организации.

Далее начинается вытеснение инновационно активных сотрудников (и прежде всего рядовых) из организации. Попав в такую ситуацию и морально–психологическую атмосферу, эти рядовые инновационно активные сотрудники начинают искать выход из этой ситуации путем поиска другого места работы.

Но не найдя места с более благоприятным инновационным мотивационным, морально–психологическим климатом внутри страны инновационно активные индивиды могут устремлять свои взоры за рубеж, где условия могут оказаться более благоприятными. Так гипотетически может возникать и развиваться «утечка умов» за рубеж.

Эта вероятная «утечка умов» за рубеж ослабляет потенциал опережающего инновационного развития национальной экономики и, одновременно, создает конкурентные преимущества (в виде дополнительной подпитки интеллектуальным ресурсом) для конкурирующих национальных экономик. Проигрывающая своим конкурентам в темпах инновационного развития страна начинает все больше зависеть от импорта технологий и техники, стагнировать и начинает приближаться к состоянию повышения вероятности развития социально–экономического кризиса.

При оценке правильности найма персонала, кадровой политики и политики мотивации инновационного (научно–педагогического) персонала организаций предлагается выполнять их качественный и количественный анализ, в частности, анализ правильности (эффективности) мотивации различных категорий персонала.

При оценке правильности политики мотивации персонала организаций и вузов следует рекомендовать выполнять качественный и количественный анализ эффективности материальной и нематериальной, внешней и внутренней мотивации различных категорий персонала к инновационной деятельности.

Анализом эффективности процедур подбора, отбора, найма различных категорий персонала для инновационной деятельности условимся называть установление причинно–следственных связей между системой такого подбора, отбора, найма персонала организации и результатами инновационной деятельности организации.

Анализом эффективности кадровой политики в организации будем называть установление причинно–следственных связей между кадровой политикой этой организации и результатами инновационной деятельности данной организации.

Анализом эффективности политики мотивации различных категорий персонала к инновационной деятельности условимся называть установление причинно–следственных связей между политикой и системой мотивации персонала организации и результатами инновационной деятельности организации.

Для количественной оценки эффективности политики и систем мотивации персонала инновационно активной организации рекомендуется сформулировать модель для прогнозирования и оценки влияния политики мотивации на поведение персонала инновационных организаций и эффективность инновационной деятельности.

В статье описаны и уточнены понятия, дано определение термина стратегическое управление инновационным поведением, исследованы и дополнены характеристики известных типов инновационного поведения на уровне организаций и индивидов, описано влияние механистической и органической моделей организации, власти на стратегию инновационного поведения персонала организации, определены методические положения применения инструментов стратегического управления инновационным поведением персонала организации, анализа влияния процедур найма персонала, кадровой политики, политики мотивации на инновационное поведение персонала научных организаций, предложена методика такого анализа.

Список литература:

1. Молостова Н. Ю. Теоретико-методологические основания понятия «инновационное поведение» // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. Социальные, гуманитарные, медико-биологические науки. 2010. Т. 12. №5-1. С. 132-136.
2. Хамлер М. Приемы инновационного менеджмента. М.: Зарубежная литература, 2012. 342 с.
3. Пригожин А. И. Методы развития организаций. М.: МЦФЭР, 2013. 863 с.
4. Харитонов И. Р. Инновационный менеджмент. СПб.: Союз, 2011. 313 с.
5. Глущенко В. В., Глущенко И. И. Экономика труда инновационной сферы. М.: Глущенко Валерий Владимирович, 2016. 116 с.
6. Раменский Л. Г. О принципиальных установках, основных понятиях и терминах производственной типологии инноваций // Наука и общество. 2012. №5. С. 25-40.
7. Браун Р. Инновационная деятельность: природа и сущность (перевод с немецкого). М.: Зарубежная литература, 2012. 262 с.
8. Гончар К. Инновационное поведение промышленности: разрабатывать нельзя заимствовать // Вопросы экономики. 2009. №12. С. 125-141.
9. Гончар К. Инновационное поведение крупнейших российских компаний // Мировая экономика и международные отношения. 2009. №3. С. 3-14.
10. Анипко К. А. Классификация предприятий по инновационному поведению на рынке // Методы, механизмы и факторы международной конкурентоспособности национальных экономических систем. Сб. ст. Международной научно-практической конференции: в 2 ч. 2017. С. 17-18.
11. Джавадов Т. А., Юхина Е. А. Управление инновационным поведением на предприятии // Технологии и материалы в производстве инновационных потребительских товаров. Сб. науч. ст. к 80-летию со дня рождения В. А. Фукина. М., 2015. С. 15-20.
12. Амирова Р. И. Влияние институциональных факторов на инновационное поведение // Инновационные технологии управления социально-экономическим развитием регионов России. Материалы IX Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. 2017. С. 147-149.

13. Устюжанина Е. В. Влияние корпоративной культуры на инновационное поведение компании // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2009. Т. 2. №26. С. 215-224.

14. Иванова-Швец Л. Н. К вопросу о стратегии мотивации сотрудников к инновационному поведению // Московский государственный университет экономики, статистики и информатики. Инновационное развитие российской экономики VII Международный научно-практический форум. 2014. С. 142-143.

15. Барнякова А. В. Роль отбора персонала в управлении персоналом организации // Science Time. 2014. №4. С. 20-23.

16. Глущенко В. В., Глущенко И. И., Павлова В. А. Кадровая политика инновационно активной организации // Новая наука: Стратегии и векторы развития. 2016. №3-1 (70). С. 135-137.

17. Глущенко В. В., Глущенко И. И. Политика мотивации персонала организаций // Наука в современном информационном обществе. Материалы XIII международной научно-практической конференции. н.-и. ц. «Академический». North Charleston, 2017. С. 108-111.

18. Дафт Р. Менеджмент. СПб.: Питер, 2009. 800 с.

References:

1. Molostova, N. Yu. (2010). Theoretical and methodological foundations of the concept of "innovative behavior". *Izvestiya Samara Scientific Center of the Russian Academy of Sciences. Social, humanitarian, medical and biological sciences*, 12(5-1). 132-136.

2. Hamler, M. (2012). *Methods of innovation management*. Moscow, Foreign Literature, 342.

3. Prigogine, A. I. (2013). *Methods of development of organizations*. Moscow, МЦФЭР, 863.

4. Kharitonov, I. R. (2011). *Innovative management*. St. Petersburg, Soyuz, 313.

5. Glushchenko, V. V., Glushchenko, I. I. (2016). Labor economics of the innovation sphere. Moscow, *Glushchenko Valeriy Vladimirovich*, 116.

6. Ramensky, L. G. (2012). On the fundamental principles, basic concepts and terms of the industrial typology of innovation. *Science and Society*, (5). 25-40.

7. Brown, R. (2012). *Innovative activity: nature and essence* (trans. from German). Moscow, Foreign Literature, 262.

8. Gonchar, K. (2009). Innovative behavior of industry: it is impossible to develop it. *Economics*, (12). 125-141.

9. Gonchar, K. (2009). Innovative behavior of the largest Russian companies. *World Economy and International Relations*, (3). 3-14.

10. Anipko, K. A. (2017). Classification of Enterprises in Innovative Behavior in the Market. *Methods, Mechanisms and Factors of International Competitiveness of National Economic Systems. Sat. Art. International Scientific and Practical Conference: at 2 v. 17-18*.

11. Dzhavadov, T. A., & Yukhina E. A. (2015). Management of innovative behavior at the enterprise. *Sat: Technologies and materials in the production of innovative consumer goods. Sat. sci. Art. to the 80th anniversary of the birth of V. A. Fukin. Moscow*, 15-20.

12. Amirova, R. I. (2017). Influence of institutional factors on innovative behavior. *Innovative technologies of management of social and economic development of regions of Russia Materials of IX All-Russian scientific-practical conference with international participation. 147-149*.

13. Ustyuzhanina, E. V. (2009). Influence of corporate culture on the company's innovative behavior. *Vestnik of the University (State University of Management)*, 2(26). 215-224.

14. Ivanova-Shvets, L. N. (2014). To the question of the strategy of staff motivation to innovative behavior. Moscow State University of Economics, Statistics and Informatics. *Sat:*

Innovative Development of the Russian Economy VII International Scientific and Practical Forum, 142-143.

15. Barnyakova, A. V. (2014). The role of personnel selection in the management of the organization's personnel. *Science Time*, (4), 20-23.

16. Glushchenko, V. V., Glushchenko I. I., & Pavlova V. A. (2016). Personnel policy of an innovatively active organization. *New science: Strategies and vectors of development, 3-1 (70)*. 135-137.

17. Glushchenko, V. V., & Glushchenko, I. I. (2017). The policy of motivating staff of organizations. *Collection: Science in the modern information society. Materials of the XIII international scientific and practical conference. n.-. c. "Academic". North Charleston, 108-111.*

18. Daft, R. (2009). *Management*. St. Petersburg, Piter, 800.

Работа поступила
в редакцию 22.04.2018 г.

Принята к публикации
28.04.2018 г.

Ссылка для цитирования:

Глущенко В. В., Глущенко И. И., Карпова Е. А., Сычев В. С. Стратегическое управление инновационным поведением персонала организации // Бюллетень науки и практики. 2018. Т. 4. №6. С. 212-232. Режим доступа: <http://www.bulletennauki.com/glushchenko-2018-6> (дата обращения 15.06.2018).

Cite as (APA):

Glushchenko, V., [Glushchenko, I.], Karpova, E., & Sychev, V. (2018). Strategic management of innovative behavior of the organization's personnel. *Bulletin of Science and Practice*, 4(6), 212-232.