

## Секция «7. Развитие управленческого потенциала в инновационной экономике»

### Влияние корпоративной культуры на инновационную активность персонала

*Суровушкина Екатерина Николаевна*

*Аспирант*

*Самарский государственный экономический университет, Институт систем*

*управления, Самара, Россия*

*E-mail: surovushkina@yandex.ru*

*Научный руководитель*

*д. э. н. Вагин Сергей Геннадьевич*

Развитие науки является приоритетным направлением в деятельности любого государства. Для нашей страны на современном этапе актуальным является поиск новых способов экономического развития, основанных на инновационной политике и переходе к инновационному развитию страны.

Одной из главных причин инновационной стагнации большинство ученых считает отсутствие инновационной культуры. Решением проблемы может стать проектирование системы управления инновациями на базе корпоративной культуры, ведь это не только повысит инновационную активность организации, но и будет способствовать формированию инновационной культуры общества за счет введения готовности к разработке, принятию и реализации инноваций в ценностно-мотивационную структуру личности персонала организации.

Каждая организация представляет собой искусственно созданную социальную группу институционального характера, выполняющую определенную общественную функцию (производство, накопление, распределение и упорядоченное распределение денежных средств), ориентированную на достижение взаимосвязанных и специфических целей в определенной области человеческой деятельности [1]. В широком понимании социальная группа – это не только объединение людей по формальным и неформальным признакам, но и групповая социальная позиция, которую они занимают.

Таким образом, если рассматривать корпорацию как социальную организацию ей будут свойственны такие признаки социальной группы, как:

- наличие внутренней организации;
- общая (групповая) цель деятельности;
- групповые формы социального контроля;
- образцы (модели) групповой деятельности;
- интенсивные групповые взаимодействия;
- социальное положение профессиональной деятельности.

Социальная организация дает человеку возможность реализовать свои потребности и интересы, но в строго определенных пределах. В организациях заложен огромный потенциал эффективности общественного производства. Перестройка структуры организационных отношений может дать результат не меньше, чем внедрение достижений научно-технического прогресса, при гораздо меньших материальных затратах.

Достижение цели организации напрямую зависит от способности индивидов к согласованным действиям. Именно согласие может обеспечить необходимую общность,

единство действий, направленных на достижение цели. Степень согласованности действий зависит от уровня развития группы, социальной ситуации, деятельности лидера или руководителя.

Каждая организация – это сложная система, основой жизненного потенциала которой является организационная (корпоративная) культура. Корпоративная культура не только отличает одну организацию от другой, но и предопределяет успех ее функционирования и выживания.

Корпоративная культура – это система ценностей и убеждений, разделяемых всеми работниками компании, предопределяющая их поведение и характер жизнедеятельности организации.

Работу в современной организации целесообразно рассматривать как групповую, а не индивидуальную. Корпоративная культура направлена на формирование у людей чувства уверенности, гордости за компанию, дает возможность руководить, ориентируясь на принятые нормы и ценности, тем самым позволяет быстрее принимать решения на местах, предлагает четкие стандарты качества, конкретные критерии самооценок и облегчает понимание того, что происходит в коллективе, противодействует возможному уходу сотрудников, что существенно повышает стабильность функционирования всей организации.

В организациях с устоявшейся корпоративной культурой она становится атрибутом организации, ее частью, оказывает мощное воздействие на сотрудников, трансформируя их поведение в соответствии с нормами и ценностями, которые составляют ее основу.

При анализе корпоративной культуры следует выделить три основных момента.

Первое – это базовые предположения, которых придерживаются члены организации в своем поведении и действиях. Они нередко связаны с видением окружающей человека среды (группы, организации, общества и т. д.) и регулирующих ее переменных (природы, времени, работы, характера отношений и т. д.).

Второе – ценности (ценностные ориентации), которых должен придерживаться человек. Они определяют, какое поведение можно считать допустимым (или недопустимым). В некоторых организациях считается, что «клиент всегда прав» и его нельзя обвинять за неудачу в работе, в других – все наоборот. Принятые ценности помогают человеку понять, как он должен действовать в конкретной ситуации.

Третье – «символика», посредством которой ценностные ориентации передаются членам организации. Некоторые компании имеют специальные документы с детальным описанием ценностных ориентаций. Содержание и значение последних наиболее полно раскрываются через истории, легенды и мифы, которые иногда сильнее влияют на людей, чем информация из рекламного буклета компании.

Понятие культуры организации включает множество компонентов, но особое место при ее формировании занимает мнение о компании, ее общественный авторитет. Если руководитель хочет, чтобы организация преуспевала, он должен постоянно заботиться о ее имидже.

Корпоративная культура важна не только с точки зрения поддержания командного духа, но от нее также во многом зависит и безопасность организации. Так как с увольнением сотрудника может произойти утечка коммерческой информации, либо передача информации заинтересованным лицам за материальное вознаграждение.

Смысл корпоративной культуры заключается в том, чтобы ценности компании и

человека совпадали. Это касается не только внутренних установок, но и внешних проявлений, а именно правил поведения, которые должны соблюдаться сотрудниками. Понимание установок организации и стремление совершать действия ради ее блага, без дополнительных указаний и есть принятие сотрудником правил корпоративной культуры.

Корпоративная культура в странах с развитой рыночной экономикой и в странах с переходной экономикой довольно сильно отличается по уровню развития и формам управления. В экономически развитых странах, где от специалиста требуется не только высокая квалификация, но и личная активность, готовность взять ответственность – корпоративной культуре отводится важная роль в системе корпоративных отношений. Итак, цель корпоративной культуры компании – достижение высоких результатов посредством совершенствования управления человеческими ресурсами для обеспечения лояльности сотрудников к руководству и принимаемым решениям, воспитания у работников отношения к компании, как к своему дому. Это приводит к повышению эффективности производственного менеджмента и улучшению деятельности компании в целом.

Таким образом, в компании формируется новый тип личности, тип лидера – носителя инновационно-предпринимательского духа, подающего сотрудникам пример социально значимого поведения в различных ситуациях; организация «выращивает» инновационные команды, заботится об их интеграции в компанию, помогает молодым сотрудникам получать ресурсы для инициирования новых проектов и не боится ликвидировать безнадежно устаревшие проекты.

### Литература

1. Вагин С.Г. Экономические закономерности инновационно-технологического развития экономики // Экономические науки. 2009. № 9 (58). С. 51-56.
2. Орехов С. А., Селезнев В. А. Теория корпоративного управления: учебно-методический комплекс. М; ЕАОИ, 2008. С. 160-161.