

низации, требуется удовлетворить потребность в руководящих кадрах, владеющих новыми подходами к решению производственных и управленческих задач в современных условиях и организации более эффективной подготовки кадрового резерва, что позволит разрабатывать и внедрять оригинальные инновационные технологии на всех уровнях производства и управления.

По результатам итогового собеседования утверждается план работы сотрудника на следующий год, определяются приоритетные компоненты инновационного потенциала персонала для развития и выбирается форма, способ и стоимость приобретения необходимых знаний, умений и навыков.

Оценка инновационного потенциала сотрудников организации и его развитие в рамках инновационного кадрового резерва позволит сформировать из числа сотрудников организации такие проектные группы, или команды, которые будут иметь высокую степень готовности для проведения инновационной деятельности организации.

Этап 5. Создание условий эффективного использования ИПП. На данном этапе производится перестраивание всех существующих условий согласно выбранной стратегии; сотрудники приобретают необходимые знания, умения и навыки с тем, чтобы развить свой инновационный потенциал и быть способными к инновационной активности и деятельности.

Этап 6. Управление ИПП в целях реализации инновационной стратегии организации и повышения ее инновационного потенциала. На этапе управления инновационным потенциалом персонала создаются проектные группы для осуществления инновационной деятельности из числа сотрудников, зачисленных в инновационный кадровый резерв. При формировании проектной команды или группы важно оценить возможную роль резервиста в ней.

Наряду с формированием проектных групп, осуществляющих инновационную деятельность, ведется сбор и обработка инновационных идей, проводятся мероприятия по их реализации.

Таким образом, предложенный механизм управления инновационным потенциалом персонала способствует упорядочиванию и систематизации работы организации при развитии и использовании инновационного потенциала персонала, а также позволяет комплексно подойти ко всем процессам, протекающим в организации, оценить все имеющиеся факторы, способные влиять на эффективность использования инновационного потенциала персонала и создать все необходимые условия для того, чтобы это влияние было как можно более благоприятным и поддерживающим.

Библиографическая ссылка

1. Хадасевич Н. Р. Формирование инновационного потенциала персонала организации : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05. Сургут, 2008.

О. Е. Podverbnykh, E. V. Gasenko

MECHANISM OF DISPOSAL OF INNOVATIVE POTENTIAL OF PERSONNEL AT A HIGH-TECH ENTERPRISE

Theoretical aspects of disposal of innovative potential of personnel at a high-tech enterprise in modern conditions are considered. The practice of disposal of innovative potential of personnel at JSC "ISS" is considered. A mechanism for disposal of innovative potential of personnel, in connection with factors influencing its formation and development, is offered.

Keywords: innovations, innovative potential of personnel, high-tech enterprise, mechanism of management.

© Подвербных О. Е., Гасенко Е. В., 2012

УДК 626

О. Е. Подвербных, М. А. Лячин

ЛОЯЛЬНОСТЬ ПЕРСОНАЛА КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

Рассматривается природа лояльности персонала в современной организации с целью повышения качества управления персоналом предприятия.

Ключевые слова: лояльность, персонал, экономика, управление, коллектив.

В условиях продолжающегося экономического кризиса правительство РФ выдвинуло программу выхода из него по пути модернизации экономики. Главная задача программы – переход на инновационную модель развития отечественного воспроизводства.

В рамках инновационной модели акцент делается на признании того, что основным источником общественного богатства становится человеческий капитал. При этом целью самого общественного производства становится накопление человеческого капи-

тала. И хотя прибыль всё ещё является основным экономическим показателем даже в тех странах с развитой рыночной экономикой, в которых уже 80 % прироста валового внутреннего продукта получают за счёт созданных новых знаний, материализованных в новых технологиях, методах организации производства и управления, в новых товарах и услугах, на первое место выдвигается прямо противоположная капиталистическому способу производства система распределения материальных благ. Если раньше распределение осуществлялось по силе капитала, то теперь – всё больше по творческим способностям членов общества.

Однако полная реализация творческих способностей индивидов зависит от многих факторов. Во-первых, творческие способности должны быть развиты. И это достигается, прежде всего, вложением средств в человеческий капитал по крупным направлениям: образование, здравоохранение, социальное обеспечение, общественная безопасность. Во-вторых, в обществе не только предприниматели должны быть открыты для восприятия новых коммерческих идей, но и каждый сотрудник фирмы должен быть заинтересован в генерации инноваций.

Источником инноваций выступают корпорации, фирмы, научно-исследовательские институты, вузы, венчурные фирмы, предприниматели малого бизнеса и т. п. Но инновационная модель развития экономики, и это следует особо подчеркнуть, реализуется при условии подключения к инновационному процессу всех членов общества. Изобретательство в инновационной модели развития выступает всеобщим явлением, как и товарно-денежные отношения, однако ведущее значение оно приобретает внутри производственного коллектива (персонала). И для того, чтобы открытость к инновациям дошла до самого нижестоящего сотрудника фирмы, необходимо обеспечить условия развития лояльных отношений внутри персонала.

Слово «лояльный» в переводе с французского и английского имеет два основных значения:

- 1) лояльный – человек, внешне сохраняющий верность по отношению к власти;
- 2) лояльный – добросовестно относящийся к кому-либо, к чему-либо.

Уважение к властям и верность действующим законам, т. е. законопослушность, мы оставляем в стороне. Сейчас нас интересует лояльность во втором его значении. При этом необходимо подчеркнуть, что предметом научного исследования является не лояльность отдельного индивида, а лояльность персонала как общественной структуры. Лояльность персонала есть специфическое социальное отношение, а не феномен, присущий отдельному индивиду. Конечно, понятно, что о лояльности нельзя мыслить отдельно от работников, являющихся её носителем, но лояльность персонала не сумма лояльностей индивидов, взятых в отдельности, а продукт их особого взаимодействия в составе персонала.

Современный бизнес, особенно бизнес инновационного типа, испытывает потребность в лояльности

персонала. Многие современные компании сознательно стремятся к достижению высокой степени лояльности своего персонала, к бережному её сохранению и развитию. Поддержание лояльности персонала и её развитие должно опираться на понимание причин проявления лояльности персонала по отношению к своей фирме, причин её понижения, исчезновения и даже превращения в свою противоположность. Исчезновение лояльности не может быть нейтральным процессом: место лояльности занимает, в лучшем случае, активное безразличие к фирме, в худшем – враждебность к ней.

Научный подход к анализу источников лояльности персонала базируется на признании того, что, как уже отмечалось выше, лояльность персонала возникает во взаимодействии сотрудников фирмы. Это важно ещё раз подчеркнуть, так как в исследованиях, посвящённых лояльности, нередко не проводятся различия между лояльностью работника как индивида и лояльностью персонала. Часто пишут, что каждый сотрудник при приёме на работу берёт на себя обязательство быть лояльным, т. е. обязательство хранить верность фирме, руководителю, делу. Получается, что сотрудник, подписав контракт, уже проявил готовность быть лояльным, и если он прилежно выполняет в процессе трудовой деятельности все требования контракта, то тем самым он де-факто является лояльным. Между тем в действительности работник становится лояльным, лишь вступая во взаимодействие с коллегами. Не случайно лояльность работника быстро проявляется по отношению к своему маленькому коллективу, группе, отделу, а ко всей фирме в целом работник может не проявлять лояльности. Этот факт свидетельствует о том, что на уровне фирмы в целом значительно труднее наладить взаимодействие членов персонала, чем на уровне группы, например отдела.

В связи с тем, что лояльность персонала выступает продуктом взаимодействия сотрудников фирмы, возникает вопрос о том, какой из известных типов взаимодействия сотрудников фирмы выступает источником лояльности её персонала: отношения конкуренции или отношения трудовой состоятельности.

Когда анализируют структуру лояльности персонала, то отмечают три её составляющих: лояльность к руководителю, фирме и делу. Считается, что на первом месте всегда находится хозяин, потом – процветание фирмы, затем – сама сфера деятельности предприятия. Для фирмы, открытой инновациям, первостепенное значение имеет лояльность персонала к сфере деятельности фирмы. И вот в связи с этим существенное значение приобретает ответ на сформулированный вопрос. Остановимся на этом подробнее.

Конкурентные отношения – необходимая черта рыночной экономики. Именно безличное давление конкуренции на товаропроизводителей изменило роль техники. Конкуренция привела к тому, что наука и техника стали составлять основу каждодневного существования. Чтобы устоять в конкурентной борьбе, в «войне всех против всех», каждый товаропроизводитель вынужден был применять технику, постоянно

думать об её усовершенствовании или изобретать новую, чтобы уменьшить издержки производства товаров, дав им превосходство над конкурирующими. Конкуренция и погоня за прибылью революционизировали технический способ производства, обеспечили непрерывный технический прогресс. Но если конкурентные отношения способствуют развитию НТП и тем самым создают материальные предпосылки для инновационного типа развития экономики, то это ещё не означает, что они являются источником лояльности персонала. Наоборот, конкурентное капиталистическое производство вместо лояльности порождает отчуждённость персонала от интересов фирмы, да и от участия в техническом прогрессе.

Поскольку инновационный тип развития экономики предполагает заинтересованность в производстве и реализации инновационных идей не только предпринимателей, но всех участников общественного производства, постольку предполагается преодоление в той или иной мере отчуждённости персонала от сферы деятельности предприятия. В таком случае требуется заменить конкурентные внутрифирменные отношения отношениями трудовой состязательности.

В настоящее время в развитых странах с рыночной экономикой хорошо развит малый бизнес, который не только производит товары и услуги, но и выступает мощным генератором инновационных идей и изобретений. Малый бизнес как источник инноваций является таковым потому, что именно в этой сфере произошло преодоление отчуждения производителя от собственности и самой деятельности. Не случайно в последние годы в западных странах обнаруживается падение престижности трудиться в крупной корпорации. Квалифицированные работники часто переходят на малые предприятия или открывают собственный бизнес.

Конкурентные отношения, как известно, носят безличный характер. Агенты конкурентных отношений руководствуются в своих действиях не гуманностью, а выгодой и собственным интересом, измеряемым богатством. И хотя конкурирующие между собой субъекты рыночных отношений изобретательны, инициативны, обладают пытливым умом, в целом процесс изобретений и использования новых технологий находится под толстым покровом коммерческой тайны, обратной стороной которой является промышленный шпионаж.

Таким образом, конкуренция не только способствует техническому прогрессу и созиданию общества, но и порождает разрушительные формы и методы конкурентной борьбы. И только государственные законы обуздывают враждебный характер конкуренции и в интеллектуальной, изобретательской сфере. В настоящее время в развитых странах уже создана и функционирует сложнейшая система юридической защиты прав собственности на интеллектуальные продукты. И всё же никакими правовыми ограничениями невозможно преодолеть внутренние пороки конкурентных отношений.

В настоящее время разрушительный характер конкуренции встаёт на пути технического прогресса, а потому сама экономика ищет собственные способы их замены более совершенными производственными отношениями. Речь идёт о возникновении в развитых рыночных странах отношений взаимодействия и сотрудничества между предприятиями, не свойственных конкуренции с её антагонизмом. Важная особенность вышеназванного взаимодействия – предварительное согласование участниками в договорном порядке условий совместной деятельности. При этом часто договорные связи носят не разовый, а долговременный характер. Таким образом, создаётся ситуация взаимозависимости между хозяйствующими субъектами, противоположная той, которая присуща конкуренции. Участники кооперации заинтересованы в том, чтобы результаты хозяйственной деятельности были как можно лучше, так как от кооперации выигрывают все её участники: на базе специализации внутри кооперации снижается капиталоемкость и ускоряется выпуск товаров. Кроме того, одним из важных следствий развития отношений взаимодействия и сотрудничества вместо конкуренции является расширение поля для планомерности.

Таким образом, в недрах развитых отношений зарождаются и функционируют отношения между агентами рыночной экономики, прямо противоположные отношениям конкуренции. Новые отношения обозначаются как отношения партнерские и контрактные (договорные). Переход к подобного рода отношениям знаменует собой глубокий переход от преимущественно репродуктивного к преимущественно творческому (инновационному) содержанию деятельности.

Творческий характер трудовой деятельности находит свое полное развитие в связи с возникновением особого типа трудовой организации, получившей название добровольной работающей ассоциации. Мы исходим из того, что лояльность персонала зарождается именно в таком типе социальной общности.

Если речь идет о лояльности персонала как ассоциации, то ясно, что качественные характеристики персонала должны не только допускать возможность возникновения лояльности персонала, но и создавать условия для ее развития. Иными словами, сама лояльность персонала становится принципом жизнедеятельности ассоциации как общественной формы.

Все существенные характеристики трудовой общности, в которой возникает лояльность персонала, в исходном плане выводятся из того, что она является добровольно работающей ассоциацией, в которой преодолено отчуждение трудового коллектива от производственной деятельности и его результатов. Речь идет о том, что деятельность персонала строится на основе интеграции труда, управления и собственности на факторы производства и его материальные результаты.

Лояльность персонала в полную меру может получить развитие в границах добровольной ассоциации трудящихся, в которую индивиды включаются не под давлением внешних обстоятельств (конъюнктуры рынка или власти иерархии), а самостоятельно, с це-

лю реализации своих личных интересов, но таких, которые невозможно претворить в жизнь иначе как совместно и в добровольном союзе. Кроме этого, в добровольной ассоциации трудящихся меняется содержание труда. Последний превращается в труд творческий, в деятельность по саморазвитию индивидов. Поскольку саморазвитие членов ассоциации осуществляется в процессе сотворчества, диалога (субъект-субъектного отношения) между членами добровольной ассоциации, постольку лояльность персонала необходимо возникает внутри диалогических отношений [1].

Однако в современных условиях персонал предприятия не представляет собой в чистом виде свободную ассоциацию индивидов. Напротив, персонал современных фирм является противоречивым соединением рыночных, бюрократических начал и элементов добровольной ассоциации. Поэтому лояльность персонала, связанная с элементами добровольной ассоциации, должна быть отнесена к становящемуся социальному явлению. Следовательно, непосредственным предметом исследования выступает процесс ее генезиса и формирования в соответствии с нарастанием в современном производственном коллективе отношений добровольной ассоциации.

Поскольку отношения внутри современных корпораций представляют собой, как уже отмечалось, противоречивое соединение рыночных, бюрократических начал и элементов добровольной ассоциации, постольку формирование лояльности включает в себя два процесса: преодоление отношений отчуждения работников от труда и создание условий для развертывания отношений добровольной ассоциации. Трудность заключается в том, что действительная творческая трудовая ассоциация характеризуется открытостью, а поэтому преодоление отношений отчуждения в закрытой трудовой организации не тождественно преодолению отношений отчуждения в открытой организации. Например, система пожизненного найма в Японии может рассматриваться как пример преодоления отношений отчуждения в закрытой организации, что долгое время позволяло японцам производить

высококачественную продукцию. Однако в настоящее время экономика Японии испытывает трудности, и некоторые экономисты видят причину этого в системе пожизненного найма рабочих. Между тем, в специальной литературе распространена точка зрения, согласно которой лояльность работника рассматривается как инструмент закрепления сотрудников за данным предприятием, и в связи с этим мера лояльности сводится к текучести кадров. Считается, что низкая текучесть кадров есть показатель высокой лояльности (приверженности) персонала к своей фирме.

Исследование зависимости лояльности персонала от вида взаимоотношения внутрипроизводственного коллектива следует отнести к малоразработанному научному направлению в раскрытии содержания названного понятия. В данной статье мы выдвигаем положение, согласно которому лояльность персонала принимает различные формы в зависимости от различных видов внутрифирменных производственных отношений. В связи с этим процесс формирования лояльности персонала приобретает специфику в зависимости от типа взаимодействия сотрудников предприятия, а сам процесс выступает как диалектический, т. е. находящийся в развитии и имеющий определенные закономерности. Общее представление о зависимости форм лояльности от различных видов взаимодействий персонала фирмы представлено в таблице.

Обозначенные в таблице виды взаимодействия, во-первых, развиваются от простых видов к сложным, во-вторых, каждый вид взаимодействия выступает источником особого вида лояльности персонала. При этом возникновение той или иной формы лояльности детерминируется рядом закономерностей, которые необходимо знать, чтобы эффективно управлять процессом развития лояльности персонала.

Исследования лояльности персонала показывают, что она возникает и исчезает при наличии определенных условий. Следовательно, лояльность персонала нужно трактовать как процесс, подчиняющийся определенным закономерностям. Для целей нашего исследования укажем на некоторые из них.

Зависимость лояльности персонала от вида взаимодействия сотрудников фирмы

Виды взаимодействия	Качество взаимодействия	Виды лояльности персонала
Полемическое взаимодействие – борьба до победы одного над другим	Индивидуализм, конкуренция. Жизненное кредо: «Жить для себя». Пословица: «Каждый – за себя, один бог – за всех»	Возможны антилояльные действия: бунт, саботаж, итальянская забастовка. Лояльность нулевая. Аналогия: «добрачные отношения с организацией»
Дискуссионное взаимодействие – подразумевает заинтересованность оппонентов в привлечении противника в споре на свою сторону, стремление убедить в своей правоте	Партнерство, состязательность (соревнование). Жизненное кредо: «Жить для других». Пословица: «Договор дороже денег»	Лояльность идентификационная. Аналогия: «брак с организацией по расчету, по контракту»
Диалогическое взаимодействие – означает обмен знаниями, ценностями, переживаниями	Коллективность, взаимопомощь. Жизненное кредо: «Жить ни для себя, ни для других, а вместе со всеми». Пословица: «В тесноте, да не в обиде»	Совершенная лояльность. Аналогия: «брак с организацией по любви»

Первая закономерность формирования лояльности персонала связывается с тем, что лояльность есть процесс, находящийся в развитии, а следовательно он имеет этапы становления, зрелости и угасания. Особую трудность для менеджмента предприятия представляет этап становления лояльности персонала. Этапность развития лояльности персонала следует относить к первой закономерности ее формирования.

Второй закономерностью формирования лояльности персонала является логическая последовательность ее осуществления: каждый этап последовательно сменяет другой и создает предпосылки к разворачиванию содержания последующего.

К *третьей закономерности* мы относим наличие взаимосвязи между конкретными источниками отношений лояльности персонала и формами лояльности: качественно определенная основа лояльных отношений вызывает к жизни свою форму проявления лояльности персонала.

И, наконец, к *четвертой закономерности* мы относим недопустимость в процессе формирования лояльности персонала:

а) отрыва формы лояльности от ее основы как источника лояльности;

б) перескакивания от одной формы лояльности к другой, минуя посредствующие звенья.

Учет четвертой закономерности особенно важен для сознательного формирования лояльности персонала и управления данным процессом.

В сжатом виде суть новой трактовки процесса формирования лояльности персонала сводится к следующему. Поскольку лояльность персонала возникает, приобретает степень развитости и исчезает, то главный вопрос сводится к установлению источника (или основы) лояльности персонала в трех основных видах:

– отношения социальной конфронтации (полемика);

– отношения социальной дискуссии (договорные партнерские отношения);

– отношения социального диалога (взаиморазвитие сторон отношения).

Более конкретное исследование закономерностей формирования лояльности персонала требует подключения к их анализу современные модели человека. В настоящее время в социологической науке модельный способ анализа считается наиболее продуктивным, поскольку позволяет изучить важные закономерности и взаимосвязи явлений и процессов общественной жизни. При анализе социально-экономических систем управления используются различные модели человека. Основные из них – модель экономического человека, модель неэкономического человека, модель социального человека и модель психологического человека.

В условиях инновационной экономики наука испытывает потребность в создании такой комплексной модели человека, которая позволила бы управлять поведением человека с учётом не только экономических, но и социальных, политических, психологических, религиозных, правовых, этических, экологических и иных факторов жизнедеятельности.

В нашей научной литературе уже имеются предложения по разработке комплексной модели человека. Использование модельного способа при изучении лояльности персонала окажется эффективным, если лояльность, в свою очередь, будет введена в структуру современной модели человека в качестве системной составляющей. Последнее требует более глубокой научной разработки комплексной модели современного человека.

Библиографическая ссылка

1. Бузгалин А., Колганов А.. Потенциал марксистского метода: новые ответы на вызовы социально-экономических проблем XXI в. М. : МГУ, 2004.

О. Е. Podverbnyh, М. А. Lyachin

LOYALTY OF PERSONNEL AS A BASE FACTOR OF INNOVATIVE ECONOMY DEVELOPMENT

The authors consider loyalty of personnel in a modern organization, for the purpose of improvement of quality of enterprise personnel disposal.

Keywords: loyalty, personnel, economy, management, collective.

© Подвербных О. Е., Лячин М. А., 2012