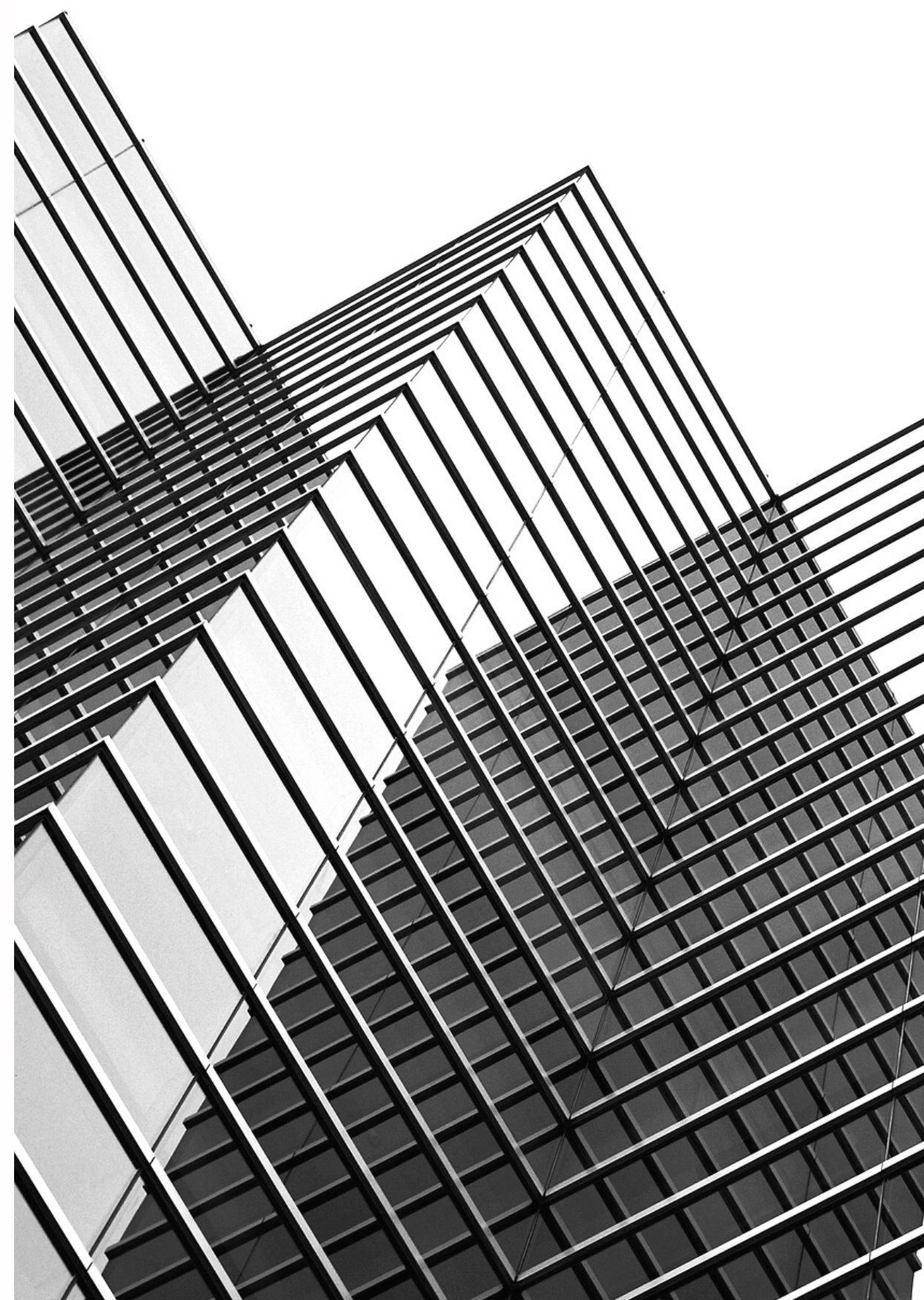


ИННОВАЦИИ НА РАБОЧЕМ МЕСТЕ:

РЕЗУЛЬТАТЫ ВСЕРОССИЙСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

АЛЁНА НЕФЁДОВА,
НИУ ВШЭ



СТРУКТУРА ДОКЛАДА

1. Контекст: насколько инновационны российские организации?
2. Теоретические предпосылки и методология исследования
3. Результаты:
 - Портрет «внутренних» инноваторов: кто предлагает идеи в организации?
 - В чем секрет вовлечённости работников в инновационные процессы организации?
 - Факторы, влияющие на успех внедрения предлагаемых идей

9.6%

РОССИЙСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ ВНЕДРЯЮТ ИННОВАЦИИ.
БОЛЬШЕ - В ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫХ ОТРАСЛЯХ (33%),
МЕНЬШЕ ВСЕГО - В НИЗКОТЕХНОЛОГИЧНЫХ (11%)



04

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ИННОВАЦИОННУЮ АКТИВНОСТЬ РАБОТНИКОВ

ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ

Знание, навыки работников, ориентация на рост (Amabile 1996; Shalley et al. 2009)

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ КОНТЕКСТ

Взаимодействие с руководителем, ощущение поддержки (Klein et al. 2011)

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ КЛИМАТ

Наличие установки на инновации, выделяемые ресурсы (Janssen 2005)

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ



Данные мониторинга инновационного поведения населения.

Итоговая выборка составила 4163 работающих на предприятиях в возрасте от 18 до 65 лет.

ИСТОЧНИК: НИУ ВШЭ



ИННОВАТОРЫ

Составляют 6.3% от
всех опрошенных
работников



"ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ" ИННОВАТОРЫ

Предлагают новые идеи в силу
должностных обязанностей
(40% от инноваторов в выборке)



ИННОВАТОРЫ "ДОБРОВОЛЬЦЫ"

Предлагают идеи
добровольно, за
рамками своих
обязанностей (60%)



ПОРТРЕТ "ИННОВАТОРА"

- В основном люди молодого и среднего возраста (26-45 лет);
- С высшим образованием
- Как мужчины, так и женщины
- Стаж работы: до 5 лет среди "добровольцев", более 15 лет – среди "институциональных";
- Заняты преимущественно в лёгкой и тяжёлой промышленности; строительстве; торговле; а также в науке и культуре.

08

ТИПЫ ПРЕДЛАГАЕМЫХ ИННОВАЦИЙ (1)

77%

Усовершенствование бизнес-процессов

18%

Создание новых товаров и услуг

42%

Улучшение товаров и услуг

28%

Маркетинг и продвижение

ТИПЫ ПРЕДЛАГАЕМЫХ ИННОВАЦИЙ (2)

"Институциональные"
инноваторы

Инноваторы
"добровольцы"

83%

73%

Усовершенствование
бизнес-процессов

24%

13%

Создание новых
товаров и услуг

46%

38%

Улучшение
товаров и услуг

36%

22%

Маркетинг и
продвижение

10

УСПЕШНОСТЬ РЕАЛИЗАЦИИ ИДЕИ (1)

54%

Усовершенствование бизнес-процессов

51%

Создание новых товаров и услуг

52%

Улучшение товаров и услуг

43%

Маркетинг и продвижение

11

УСПЕШНОСТЬ РЕАЛИЗАЦИИ ИДЕЙ

"Институциональные"
инноваторы

62%

63%

62%

63%

Инноваторы
"добровольцы"

48%

38%

43%

21%

Усовершенствование
бизнес-процессов

Создание новых
товаров и услуг

Улучшение товаров
и услуг

Маркетинг и
продвижение

ФАКТОРЫ УСПЕШНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ИДЕИ

12

ТИП ИННОВАТОРА

Институциональные инноваторы имеют в два раза больше шансов внедрить свою идею

ТИП ИННОВАЦИЙ

Чаще всего реализуются предложения по усовершенствованию бизнес-процессов, реже всего - по маркетингу и продвижению

КЛИМАТ В ОРГАНИЗАЦИИ

Возможность свободно высказывать свои идеи

ПРАКТИКИ ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ОРГАНИЗАЦИЯХ

13

**РАБОТАЕТ
МЕХАНИЗМ ДЛЯ
СБОРА ИДЕЙ**

18 % опрошенных

**ЕСТЬ ФИНАНСОВОЕ
ПООЩРЕНИЕ**

15% опрошенных

**СУЩЕСТВУЕТ
СПЕЦИАЛЬНОЕ
ПОДРАЗДЕЛЕНИЕ**

18% опрошенных

14

НАСТРАИВАТЬ СИСТЕМУ УПРАВЛЕНИЯ ИДЕЯМИ

Потенциал инновационного менеджмента не реализуется полностью

ОБРАЩАТЬ ВНИМАНИЕ НА "ДОБРОВОЛЬЦЕВ"

Внедрять специальную систему поддержки людей, предлагающих идеи

СОЗДАТЬ СИСТЕМУ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ

Повышать шансы на внедрение идей, поступивших от инноваторов-"добровольцев"

РЕКОМЕНДАЦИИ

КОНТАКТЫ



**АЛЁНА
НЕФЁДОВА**

Научный сотрудник, доцент
ИСИЭЗ НИУ ВШЭ

anefedova@hse.ru