

ИННОВАЦИОННОЕ ПОВЕДЕНИЕ РАБОТАЮЩЕГО НАСЕЛЕНИЯ СРЕДНЕГО ВОЗРАСТА (НА ПРИМЕРЕ ПЕРМСКОГО КРАЯ)

Статья посвящена анализу потенциала и практик реализации инновационного поведения работающего населения среднего возраста. Выделены проблемы реализации инновационного поведения работников, объединенные в три группы: когнитивные, эмоциональные, поведенческие. Определены ключевые стратегии инициирования инноваций в организациях и роль в них работников. Выявлены факторы включения работников среднего возраста в инновационные процессы. Сделаны выводы о недостаточном уровне реализации инновационных практик среди работников среднего возраста и населения в целом, требующем формирования инновационных ценностей, знаний и навыков.

Ключевые слова: инновационное поведение, работники, средний возраст.

В настоящее время на уровне государственной политики Российской Федерации поставлены цели модернизации российского общества, основным способом достижения которых обозначен переход экономики на инновационную социально ориентированную модель развития [3]. Инновации рассматриваются как ключевой фактор экономического роста, обеспечивающий повышение эффективности производства и конкурентоспособности товаров и услуг, увеличения уровня и качества жизни населения. Согласно официальным данным, в ходе реализации Стратегии развития науки и инноваций в Российской Федерации на период до 2015 года запланированный уровень ряда показателей не был достигнут [3]. В то же время, потребность инновационного развития усиливается на фоне вызовов и рисков, с которыми сталкивается российская экономика и общество: технологических, социальных, демографических, гуманитарных, экологических.

Важнейшим ресурсом инноваций и модернизации выступает человеческий потенциал, «социально-творческая энергия граждан страны» [1] и, прежде всего – массовых акторов модернизационных преобразований. Инновационное поведение основывается, с одной стороны, на способности и готовности человека или социальной группы к генерированию и внедрению новых идей, продуктов или методов, а с другой – на возможности раскрывать и актуализировать свой творческий потенциал. В основе мотивации и реализации инновационного поведения лежат особые, модернизационные, ценности и личностные качества: открытость новому и готовность к изменениям; принятие риска; творческие способности; желание обучаться и совершенствоваться на протяжении всей жизни; навыки критического мышления; инициативность и предприимчивость; мобильность; самостоятельность и способность к кооперации и диалогу с другими людьми [1, 4].

Работающее население и, в частности, работающих среднего возраста можно рассматривать как одного из главных субъектов модернизации [2]. Цель данной работы – оценить потенциал и выделить проблемы реализации инновационного поведения работающего населения средних лет (30-60 лет).

Эмпирической базой исследования выступили: 1) данные опроса жителей Пермского края, проведенного методом формализованных интервью (2014 г.); выборочная совокупность – 1000 человек, из них работников среднего возраста – 671 человек; 2) данные глубинных интервью с руководителями организаций г. Перми, специализирующихся в сферах промышленного производства, медицины, образования и науки, медиа и маркетинга (2016 г.); количество интервью – 12.

Анализ результатов исследований позволил обозначить проблемы в реализации инновационного поведения работников, объединённые в три группы: когнитивные,

эмоциональные и непосредственно поведенческие. Когнитивные проблемы выражены в недостаточности понимания работниками сущности инноваций. Лишь десятая часть опрошенных работников среднего возраста (11%) в открытом вопросе смогли дать широкую трактовку понятию «инновации», рассматривая их как позитивные изменения, ведущие к улучшению и развитию («внедрение новшества в тот или иной процесс... с целью повышения эффективности», «применение новых технологий для облегчения жизни, для улучшения качества жизни»). Большинство опрошенных (64%) склонны рассматривать инновации как любые изменения («открытия, достижения, новые разработки», «изобретение, что-то новое»). Другими словами, в сознании значительной части опрошенных работников отсутствует четко осознаваемая установка на рассмотрение инноваций как источника развития. Еще пятая часть (20%) опрошенных не знают, что такое инновации. Можно сделать вывод, что заявленные на федеральном уровне задачи инновационного развития не получили на сегодняшний день должного понимания в среде непосредственных исполнителей и потенциальных инноваторов. Причины данной проблемы кроются, прежде всего, в пробелах системы информирования и, шире, обучения работников организаций. Стоит отметить, что проблема знаний об инновациях проявляет себя и среди руководителей организаций.

Вторая группа проблем затрагивает эмоциональные аспекты отношения к инновациям. В целом доля работников, положительно относящихся к инновациям, достаточно высока: более половины (65%) полагают, что инновации позволят вывести экономику и общественную жизнь России на более высокий уровень. В то же время, почти треть респондентов (31%) склонны считать, что инновации не смогут внести принципиальные изменения в жизнь российского общества. Примечательно, что высок процент таковых среди предпринимателей (35%) – той социальной группы, которая выступает одним из ключевых акторов модернизации и на которой акцентирует внимание правительство страны. Косвенно подобное отношение свидетельствует о том, что в сознании части работающего населения не сформированы в должной мере установки на инновационное поведение, соответствующие ценности. Отрицательный настрой в отношении инноваций имеет социокультурную природу и указывает на острые проблемы внутри российского общества. Своеобразной квинтэссенцией данных проблем можно назвать низкий уровень доверия к властным структурам, вызванный коррупцией. Это находит подтверждение в суждениях части респондентов, воспринимающих инновации как *«отмывание денег под предлогом внедрения новых технологий»* или *«мыльные пузыри, которые «моют» бюджетные деньги»*.

Третья группа проблем касается реализации работниками среднего возраста инновационного поведения в процессе трудовой деятельности. Данные глубинных интервью позволили выделить следующие типы стратегий инициирования инноваций в организациях. Во-первых, административная стратегия: инициирование инноваций преимущественно руководством организации, рядовые сотрудники чаще малоинициативны, лишь воспринимают и адаптируются к нововведениям. Во-вторых, административно-партиципативная стратегия: инициирование инноваций также осуществляется руководством, но с привлечением в данный процесс сотрудников для принятия совместного решения о способах или типе преобразования. В-третьих, паритетная стратегия: коллегиальное инициирование инноваций – руководитель участвует в общем обсуждении наравне с сотрудниками. В-четвертых, стратегия «инициатива снизу»: инициативы по созданию инноваций выдвигаются непосредственно работниками (индивидуально или коллективно).

Ключевой проблемой для стратегий, в которых инициатором инноваций выступает руководство, является сопротивление со стороны работников, требующее реализации механизмов по их адаптации: *«безусловно, первое всегда – это отторжение, человек сидит в зоне комфорта и ему очень хорошо, он привык»* (из интервью с руководителем). Основными причинами подобного поведения являются: во-первых, инертность в принятии изменений, требующая перестройки рутинного поведения, и слабая выраженность

ценностных установок на открытость новому; во-вторых, сопутствующая тревожность в отношении возможных, прежде всего, индивидуальных рисков, которые могут повлечь за собой нововведения; в-третьих, недостаточное понимание работниками целей и способов реализации инноваций; в-четвертых, несогласие работников с введенными изменениями.

Согласно результатам исследования, включены в процесс создания и реализации инноваций около пятой части (24%) опрошенных среди работающего населения среднего возраста. Из них в качестве организаторов (фирмы, продукта, технологии или услуги) выступили 11%, исполнителей – 14%. Большую склонность к инновационному поведению имеют представители более молодых возрастных групп работников: если среди 30-39-летних таких 30%, то среди 40-49-летних уже только 22%, а среди 50-60-летних – 19%. В целом, среди работников средневозрастной когорты доля участников инноваций выше, нежели среди более старших возрастов.

Указанные особенности объяснимы комплексом причин. Во-первых, социокультурными причинами: работники среднего возраста обладают относительно высоким запасом социокультурных ресурсов (образовательных, организационных и т.п.), что повышает их возможности реализовывать инновационный потенциал. Во-вторых, социально-статусными, которые находят выражение в стремлении более молодых реализовать потребность в профессиональном самосовершенствовании, карьерной мобильности через включение в инновационные проекты, а более старших – в желании сохранить существующее организационное положение. В-третьих, возрастными, проявляющими себя через детерминацию поведения сформированной с возрастом устойчивой системой убеждений, зачастую препятствующей восприятию нового. Наконец, ценностными – средневозрастная когорта демонстрирует более высокую, нежели старшая возрастная группа, выраженность ряда модернизационных ценностей. Однако в целом усвоенность модернизационных ценностей российским населением невысока.

В заключение следует отметить, что реализация инновационного поведения среди работающих среднего возраста как субъекта модернизации в современной России осуществляется пока на недостаточном уровне. Требуется формирование инновационных ценностей, знаний и, на их базе, практик среди населения посредством воспитания и образования как необходимое условие перехода российского общества к новым стадиям модернизационного развития.

Список литературы

1. Бузгалин А.В. Россия в обществе знаний: концепт культурного лидерства (статья I) // Библиоковедение. – 2009. – № 3. – С. 28-33.
2. Маркова Ю.С. Модернизационный потенциал ценностей людей среднего возраста (на примере Пермского края) // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. – 2016. – Вып. 2(26). – С. 153–159.
3. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года [Электронный ресурс] / Официальный сайт Правительства Российской Федерации. – Режим доступа: <http://government.ru/docs/9282/> (дата обращения: 03.11.2017).
4. Шкаратан О. И. Русская культура труда и управления // Общественные науки и современность. – 2003. – №1 – С.30-54.

Iu.S. Markova

INNOVATIVE BEHAVIOR OF THE MIDDLE-AGED WORKING POPULATION (ON THE EXAMPLE OF PERM KRAI)

The article is devoted to the analysis of the potential and practices of implementing the innovative behavior of the middle-aged working population. The problems of realization of innovative behavior of workers are divided into three groups: cognitive, emotional, behavioral. Key strategies for initiating innovations in organizations and the role of workers in them are identified. The factors of inclusion of middle-aged workers in innovative processes are revealed. Conclusions are drawn about the insufficient level

of implementation of innovative practices among middle-aged workers and the general population, which requires the formation of innovative values, knowledge and skills.

Keywords: innovative behavior, workers, middle age.