

Морозова О.Н.
студент магистратуры
Московская международная высшая школа бизнеса МИРБИС
г. Москва

СОТРУДНИКИ – КАК СПОСОБ ПОЛУЧЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ИДЕЙ

Аннотация. Особенную потребность в инновационных идеях и предложениях компании испытывают в настоящее время на современном этапе развития. В работе рассмотрен метод создания инновационных идей, на примере такого способа, как получение инновационных идей непосредственно от сотрудников компании. Приведены способы мотивации сотрудников, приводящие к необходимым результатам, и способы получения инновационных идей на примере таких современных компаний как «Toyota» и «Wimm Bill Damm», а также рассмотрена эффективность использования этих способов на примере проекта города Москвы «Активный гражданин».

Ключевые слова: мотивация, инновационная идея, сотрудники, инновация, инновационный процесс, «ящик для предложений», инновационный менеджмент

Annotation. Companies are experiencing a special need for innovative ideas and proposals at the present stage of development. The paper considers the method of creating innovative ideas, using the example of such a method as obtaining innovative ideas directly from the company's employees. The ways of motivating employees leading to the necessary results and ways of obtaining innovative ideas are given on the example of such modern companies as Toyota and Wimm Bill Damm, and the effectiveness of using these methods is considered on the example of the project of the city of Moscow «Active Citizen».

Keywords: motivation, innovative idea, employees, innovation, innovation process, «suggestion box», innovation management

В настоящее время современный рынок развивается очень стремительно, его можно охарактеризовать быстрой изменчивостью и непредсказуемостью. На сегодняшний день успех и высокая прибыль компаний во многом зависит от применяемых инноваций. Данный факт объясняется тем, что большинство российских компаний переходят на инновационный путь развития, что ведет к повышению качества предлагаемых услуг и товаров, а как следствие – к увеличению прибыли и выходу на высокий уровень международной конкуренции в той или иной сфере. Инновации в их классическом понимании относятся к технологическим или техническим новшествам, но на данный момент они также относятся к формам организации производства и управления. Все они тесно связаны и представляют собой уровни в развитии производительных мощностей и повышении эффективности производства, или деятельности компаний.

Чтобы компания могла занимать первые места среди аналогичных субъектов или объектов, а именно была конкурентоспособна, необходимо иметь эффективно налаженный инновационный процесс. Одной из задач инновационного менеджмента является побуждение сотрудников к инновационной деятельности. В данной статье будут рассмотрены методы создания инновационных идей, а в частности способы получения инновационных идей от сотрудников.

Инновационный процесс представляет собой последовательную процедуру от появления новой идеи, в том числе связанную с ее получением, до ее освоения, воспроизведения и реализации на практике. Инновационные процессы возникают в отдельных отраслях науки, а завершаются уже в сфере производства, в виде конечного продукта и его дальнейшей коммерциализации. Первым этапом в данном процессе является идея. А кто

является основным источником идей? Эксперты в области инновационного менеджмента сошлись в мнении, что высокоэффективным источником идей являются штатные работники компаний. Сотрудник, как исполнитель, значительно лучше разбирается в той деятельности, которую он делает, и что возможно изменить или внедрить, чтобы усовершенствовать тот или иной процесс. Многие известные бренды открыто сообщают, что ключевые продукты и идеи пришли «снизу-вверх», т.е. были придуманы рядовыми сотрудниками в процессе выполнения своих должностных обязанностей.

Сотрудники могут генерировать огромное количество идей, но к сожалению, существует не меньшее количество ограничений, которые не предоставляют возможности делиться этими мыслями. Часто эти ограничения существуют непосредственно в самой компании, например, такие как: отсутствие у руководства интереса в получении идей, отсутствие способа получения идей, строгие требования к предоставлению идеи, сложный процесс рассмотрения. Также сами сотрудники могут не проявлять инициативу, к примеру, обладать качествами интроверта и не быть способными говорить о своих идеях; не проявлять инициативу в связи с отсутствием уверенности в том, что предложение будет востребовано, что компании действительно интересна его идея; избегать возможные негативные последствия; быть несогласными с прилагающимся вознаграждением; страх что идея будет присвоена другим человеком. Чтобы инновационный процесс эффективно функционировал, необходимо убирать данные препятствия. «1. Целенаправленно формировать на предприятии культуру новаторства, что предполагает положительное отношение к проводимым изменениям у всех заинтересованных лиц. 2. Четко выстроить этапы корпоративного инновационного процесса. 3. Автоматизировать сбор и обработку предложений сотрудников» [4].

Если компания заинтересована в получении инновационных идей, как выбрать способ их получения? Форм и методов получениями идей от линейных сотрудников может быть множество. Это может быть отдельный

e-mail или обычный «ящик для писем и предложений», совещания, собрания, корпоративная газета, конференции, конкурсы, мозговые штурмы. Но часто просто достаточно подтолкнуть сотрудника самостоятельно проявить инициативу - замотивировать. Мотивация – это важнейший фактор, который побуждает человека к деятельности, без него не будет работать ни один из вышеперечисленных способов. Еще в 1943 году Абрахам Маслоу опубликовал свою теорию мотивации индивида, выделил пять групп потребностей, присущих людям, удовлетворяя которые, человека можно мотивировать к действиям. Теория мотивации включает пять типов потребностей:

1. Физиология - это потребности, необходимые человеку, чтобы выжить (пища, одежда, вода, воздух, отдых).
2. Безопасность – это потребности, дающие возможность чувствовать себя защищенным, что нет угрозы жизни.
3. Социум – это социальные потребности, т.е. необходимость общения, внимания, заботы, поддержки.
4. Признание – это потребности в уважении и признании, потребности самоутверждения.
5. Самореализация – это духовные потребности, желания в самовыражении и самоактуализации, т.е. необходимость в личном росте, в реализации своих потенциальных возможностей.

Первые два типа потребностей (первичные) действуют на всех людей одинаково, вторичные же потребности действуют на каждого человека по-разному. Чтобы замотивировать отдельную личность, руководителю необходимо дать этому человеку, личности, индивидууму возможность удовлетворить его важнейшие потребности, ведь мотивация каждого человека напрямую зависит от его потребностей. Руководству необходимо понять, какие активные потребности движут сотрудниками, так как со временем потребности сотрудников меняются, и мотивация, которая

сработала один раз, не будет работать постоянно. Приведем на примерах компаний способы получения инновационных идей от сотрудников.

70 лет назад японская компания Toyota, занимающаяся автомобилестроением, ввела систему предложений новых идей. В данной системе принимает участие огромное количество сотрудников, которые помогают стремительно развиваться компании. За год подается более 90 тысяч предложений и 90% из них реализуется. На сегодняшний день общее число предложенных идей за всю историю данной системы превышает 40 миллионов. Конечно же, далеко не все эти идеи являются особо серьезными и важными, но руководство рассматривает каждую из них в отдельности, ведь даже совсем незначительная с первого взгляда идея, может иметь колossalное значение для дальнейшей истории развития.

Система предложений в компании Toyota представляет собой следующее: работник при наличии идеи и желания ей поделиться заполняет специальный бланк, где на одной странице указывает имеющуюся на его взгляд проблему и видимое решение или улучшение, цель. Затем необходимо описать эффективность предложенной идеи и дать прогноз результатов. После этого он обращается к непосредственному руководителю, с целью запустить пилотный проект предложения. Если пилотный проект проходит успешно, и на практике подтверждается польза или выгода, реальное улучшение одного из множества процессов, то он имеет право обратиться к руководству по системе предложений и рассчитать причитающееся ему денежное вознаграждение. За самые ценные идеи в компании Toyota утверждена ежегодная премия.

В российской компании «Вимм-Билль-Данн», ранее являющейся крупным производителем безалкогольных напитков и молочных продуктов, долгие годы действует программа «Инициатива». Ежегодно ее участниками становятся сотни сотрудников, инновационные предложения которых вносят серьезный вклад в развитие компании. В рамках данной программы даже был создан экспертный совет, который работает постоянно, проводит оценку

поступающих предложений и их инвестиционную привлекательность. У многих сотрудников от вносимых инновационных предложений зависят личные показатели, премиальные надбавки, в связи с этим предложение новых идей является ежедневной деятельностью. Значительная часть прибыли от инновационных предложений в соответствии отчисляется инициаторам.

Одним из самых старых и банальных методов сбора идей является «ящик для предложений». В ящики, размещенные на видных местах в каждом помещении, сотрудники могут опускать листки с записанными на них своими идеями, предложениями, жалобами или замечаниями. Многие компании используют такие ящики для сбора идей. В случае если идея работает эффективно, сотрудник будет премирован. При этом реализация данной идеи может быть возложена на сотрудников другого подразделения. Данная процедура «подачи идей» часто встречается в банковском секторе, консалтинге и производственных компаниях, но чаще всего данная система работает в FMCG-секторе (в сфере продуктов массового спроса). Каждый человек имеет возможность направить свои идеи, предложения и решениями затрагивающих проблем, при этом существует возможность оставить предложение анонимно. Так на станции города Можайск установили ящик для сбора предложений от населения. Письма можно кладь анонимно, а можно оставить свои контакты, в таком случае с инициатором свяжутся специалисты и пригласят на обсуждение данной идеи и путей ее реализации.

Часто в компаниях вместо физического почтового ящика «для предложений» в компаниях выделяется электронный почтовый ящик для предложений (e-mail) или даже создаются отдельные сайты или дополнительная страница на официальном сайте, для сбора идей и обратной связи с сотрудниками. В Москве с 2014 года по инициативе Правительства Москвы был запущен новый специальный проект, который называется «Активный гражданин», в виде сайта. Данный сайт представляет собой систему электронных опросов. Одна из главных задач проекта «Активный

гражданин» - это получение мнения и идей горожан по актуальным вопросам, касающимся развития города Москвы. Сбор инновационных идей осуществляется через интернет или через специальное мобильное приложение. Такой способ очень удобный и быстрый, ведь каждый гражданин в любое время может подать обращение о волнующей его проблеме и видимых способах и возможностей ее решения.

В настоящее время проект насчитывает 5 080 944 участника, для сравнения, эта цифра сопоставима с населением Кувейта. За шесть лет его работы проведено 4 951 голосование, реализовано более 3 400 решений. Таким образом около 35 решений в месяц реализуется, что означает – почти каждый день исполняются это решения, которые активные граждане города Москвы избрали и обсудили в рамках проекта.

Важной составляющей проекта является система поощрений. Участникам проекта за прохождение голосований начисляются баллы. Набрав 1000 баллов, участник получает статус «Активный гражданин» и возможность обменивать их на услуги и полезные сувениры, пользователи награждаются билетами в театры, музеи, на городские культурные и спортивные мероприятия [6].

Многие компании используют в своей деятельности вышеперечисленные способы и методы одновременно. Если компания заинтересована в получении инновационных идей и предложений от сотрудников, то руководству необходимо поддерживать атмосферу, когда сотрудники знают, что из идеи нужны, желают ими делиться и готовы их реализовывать. Регулярно поддерживать атмосферу инновационности очень эффективно, как и для каждого сотрудника в отдельности, так и для компании в целом. Ведь одним из главных мотивирующих факторов является то, что сотрудники видят плоды своего труда, ведь понимая свою важность в жизни компании, сотрудники будут с удовольствием стремиться усовершенствовать ее. Успех компании зависит от людей, которые работают в ней и от атмосферы внутри неё.

Использованные источники:

1. Маслоу, А. Мотивация и личность. 3– е изд./ А. Маслоу, пер. с англ. – СПб.: Питер, 2012.
2. Больше инновационных идей – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gig26.ru/news/obschestvo/?nid=5499>.
3. Саламатов, Ю.П. «Как стать изобретателем?» / Ю.П. Саламатов. – М.: «Просвящение», 1990.
4. Как предприятию собирать и оценивать инновационные идеи сотрудников – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.tekora.ru/Products/44i/pressa/kak-sobirat-idei>
5. Система сбора новаторских идей через интернет – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://ria.ru/moscow/20141113/1033140712.html>.
6. Сайт «Активный гражданин» – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ag.mos.ru>.
7. Терещенко А.А., Мисинёва И.А. «Развитие инновационности сотрудников в бизнесе» – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/contents.asp?issueid=1364605>.