

Научная статья

УДК 338

DOI: 10.36871/ek.up.p.r.2024.06.07.025

## КУЛЬТУРА ИННОВАЦИЙ В КОМПАНИИ: СТРАТЕГИИ МЕНЕДЖМЕНТА

*Назиля Зарифовна Сайфудинова<sup>1</sup>, Анжелика Алимовна Нургалиева<sup>2</sup>,  
Марина Викторовна Тумашева<sup>3</sup>*

<sup>1</sup> Казанский государственный энергетический университет, Казань, Россия

<sup>2</sup> Казанский национальный исследовательский технологический университет, Казань, Россия

<sup>3</sup> Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

<sup>1</sup> nazilya\_sf@mail.ru

**Аннотация.** В данной статье рассматривается вопрос создания культуры инноваций в компании. Анализируются стратегии менеджмента, которые могут помочь в достижении этой цели. Предлагаются различные подходы и методы, которые могут быть применены для стимулирования инновационной деятельности в организации.

**Ключевые слова:** инновации, культура инноваций, менеджмент, стратегия.

**Для цитирования:** Сайфудинова Н. З., Нургалиева А. А., Тумашева М. В. Культура инноваций в компании: стратегии менеджмента // Экономика и управление: проблемы, решения. 2024. № 6. Т. 7. С. 182–187; <https://doi.org/10.36871/ek.up.p.r.2024.06.07.025>

Original article

Innovative technologies

## THE CULTURE OF INNOVATION IN THE COMPANY: MANAGEMENT STRATEGIES

Nazilya Z. Sayfudinova<sup>1</sup>, Anzhelika A. Nurgalieva<sup>2</sup>, Marina V. Toumasheva<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Kazan State Power Engineering University, Kazan, Russia

<sup>2</sup> Kazan National Research Technological University, Kazan, Russia

<sup>3</sup> Kazan (Volga Region) Federal University, Kazan, Russia

<sup>1</sup> nazilya\_sf@mail.ru

**Abstract.** This article discusses the issue of creating a culture of innovation in the company. Management strategies that can help achieve this goal are analyzed. Various approaches and methods are proposed that can be applied to stimulate innovation in the organization.

**Keywords:** innovation, culture of innovation, management, strategy.

**For citation:** Sayfudinova N. Z., Nurgalieva A. A., Toumasheva M. V. The culture of innovation in the company: management strategies. *Ekonomika i upravlenie: problemy, resheniya*. 2024. Vol. 7. No. 6. P. 182-187; <https://doi.org/10.36871/ek.up.p.r.2024.06.07.025>

**В** современном мире конкуренция на рынке становится всё более интенсивной, и для достижения целей компаниям необходимо постоянное развитие и инновации. Инновации являются ключевым элементом успешного развития бизнеса, так как они способствуют улучшению процессов и созданию новых продуктов и услуг. Введение новых идей позволяет компаниям расти, укреплять свои позиции на рынке и выделяться среди конкурентов [1].

Чтобы понимать определение культуры инноваций и составить свое мнение о ней, нужно обратиться к суждениям тех, кто непосредственно связан с данной тематикой.

Роберт Брунер, профессор менеджмента в Школе бизнеса Келлога Северо-Западного университета дал такое определение культуре инноваций, а именно: «Культура инноваций – это образ мышления и поведения, который способствует созданию новых идей, их реализации и распространению. Она может включать в себя такие элементы, как поощрение риска, открытое общение, сотрудничество и готовность к изменениям».

Джозеф Л. Бадаракко, президент и главный исполнительный директор компании AxiomConsultingPartners, высказывался о культуре инноваций как не о простом наборе правил или политик. Он выражал свое мнение о том, что «Это способ мышления и работы, который позволяет людям мыслить нестандартно, рисковать и экспериментировать. Она создаёт среду, в которой люди могут свободно выражать свои идеи и сотрудничать друг с другом для достижения общей цели».

Джеймс Хукер, профессор стратегии и предпринимательства в Университете Сассекса: «Культура инноваций может стать основой для создания новых продуктов и услуг, улучшения бизнес-процессов и создания более эффективной организации. Однако она должна быть внедрена правильно и последовательно, чтобы принести максимальную пользу».

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод о том, что культура инноваций – сумма привычек, норм и убеждений сотрудников, способствующих принятию и адаптации новых идей, практик и процессов, существенно повышающих ценность деятельности по созданию инноваций. Иными словами – это свободное творение нового с соблюдением принципа преемственности.

Человечество не стоит на месте. Испокон веков вводили инновации в различные сферы

общества для комфортного существования людей. Так дела обстоят и с организациями. Когда мир меняется с каждым днем, внедрение нового становится главным фактором для выживания на рынке. Компании сталкиваются с необходимостью постоянного развития и совершенствования бизнес-процессов. Ниже указаны некоторые признаки необходимости внедрения инноваций в компании:

1. Снижение прибыли или убытки могут быть признаком того, что текущие стратегии и методы работы компании устарели и требуют обновления.

2. Если компания теряет долю на рынке или неспособна конкурировать с другими участниками, это может свидетельствовать о необходимости внесения изменений.

3. Повышение числа жалоб со стороны клиентов. Жалобы на качество продукции или услуг могут указывать на то, что предприятию необходимо внести изменения в свои процессы и улучшить предложение.

4. Изменение потребностей рынка. Так как рынок постоянно меняется, предприниматели должны быть готовы адаптироваться. Если запросы потребителей меняются, предприятиям также рекомендуется внедрять новые методы работы, чтобы соответствовать этим изменениям.

5. Усиление конкуренции. Появление новых игроков на рынке или ужесточение конкурентной борьбы обычно стимулируют разработку новых стратегий.

6. Обновление продуктов или услуг. Чтобы сохранить актуальность своих продуктов или услуг, компаниям рекомендуется внедрять инновации и предлагать новые решения.

7. Стремление быть лидером в отрасли. Компаниям, желающим сохранить лидирующие позиции в своей отрасли, рекомендуется постоянно развиваться и внедрять инновации для поддержания своего статуса.

Планирование и управление – еще одно звено в культуре инноваций, без которого невозможно существование компаний. Оставив без должного внимания процессы инновации, организации рискуют столкнуться с различными проблемами, такие как снижение прибыли, конкуренция на рынке. Поэтому важную роль во внедрении системы культуры инноваций играет предварительная подготовка, которая состоит из следующих этапов, представленных в таблице 1.

**Предварительная подготовка компаний к внедрению культуры инноваций**

№	Название этапа	Краткая характеристика
1	Необходимость перемен	Перед тем, как начать процесс модернизации, важно понять, какие именно изменения необходимы для достижения поставленных целей. Для этого проводится анализ текущего состояния компании, ее рынка и конкурентов. Это помогает определить области, требующие перемен.
2	Разработка стратегии изменений	Когда область для модернизации определена, следующим шагом является разработка стратегии изменений. Она включает в себя анализ рынка, конкурентов и технологий, оценку потенциального эффекта, определение необходимых ресурсов, распределение обязанностей в команде проекта, оценку рисков и подготовку стратегии управления. Важно, чтобы стратегия была реалистичной, учитывала особенности компании и ее культуру.
3	Обучение и мотивация сотрудников	Формирование команды проекта. Рекомендуют создавать группу, в состав которой войдут эксперты из разных областей. Главные позиции в команде могут занимать менеджер проекта, маркетолог, финансовый аналитик и другие эксперты.
4	Преодоление сопротивления изменениям	Сопротивление изменениям — естественная реакция сотрудников на перемены в привычной рабочей среде. Для его преодоления рекомендуется проводить регулярные встречи с сотрудниками, слушать их опасения и предлагать альтернативные решения. Также используются методы психологической поддержки, такие как коучинг и менторинг.
5	Мониторинг и оценка результатов	После внедрения изменений важно регулярно отслеживать их результаты и оценивать эффективность стратегии изменений. Это поможет своевременно выявить проблемы и скорректировать план при необходимости. Также важно информировать сотрудников о прогрессе и мотивации продолжать работать над улучшением.

Источник: составлено авторами.

Подготовка к переменам требует не только грамотного планирования, но и проявления гибкости и способности к адаптации, поскольку на пути к модернизации, как правило, требуется корректировка стратегии в случае неожиданных ситуаций. Для результативного внедрения инноваций советуют обучить сотрудников новым навыкам и подходам. В том числе устраивать тренинги, семинары и персональные консультации. Также важно мотивировать сотрудников к изменениям, объяснив преимущества, которые они получают [2].

Далее рассмотрим основные методы повышения уровня инновационной культуры. Главное их преимущество в том, что они просты в реализации, поскольку не требуют значительных человеческих ресурсов и денежных вложений:

1. Правильная инновационная стратегия способствует формированию культуры инноваций. Коммуникационная стратегия инноваций — это структура, которая определяет весь стратегический подход к внедрению инноваций. Каждый сотрудник должен быть осведомлен о том, каких результатов ожидает компания от инноваций. Коммуникационная стратегия инноваций состоит из нескольких компонентов и демонстрирует, каким образом компания взаимодействует на всех этапах инновационного процесса. Коммуникационная стратегия инноваций должна быть первой

ступенью инновационной кампании. Ее необходимо распространить по всем отделам и уровням организации, например, через информационную кампанию.

2. Коммуникационная стратегия инноваций часто имеет односторонний характер и не стимулирует активное обсуждение. Взаимодействие с сотрудниками и их участие играют ключевую роль. Для этого сотрудники компании проходят серию семинаров по инновациям, которые охватывают все уровни иерархии. Эти семинары проводятся менеджерами компании совместно со сторонними экспертами. На этих семинарах обсуждаются вопросы, связанные с инновациями, включая следующие: «Что означает быть инновационным в вашей отрасли? Какую роль играют сотрудники в инновационном процессе и какое значение они имеют? Что лично вы можете сделать, чтобы способствовать успеху инноваций?»

3. Сотрудники могут не иметь четкого понимания того, что означают инновации для бизнеса и для них самих, или какую роль они могут играть в этом процессе. Создание нового продукта или услуги требует определенных знаний и талантов. В такой ситуации рекомендуется проведение краткосрочных курсов по инновациям. Идеальная продолжительность экспресс-курса — от одного до трех часов, и он должен максимально вовлечь и зацепить всех сотрудников.

4. День инноваций может стать эффективным способом сосредоточить внимание на теме инноваций и мобилизовать сотрудников. Важно, чтобы все работники имели возможность принять участие в таком дне. Вот некоторые возможные мероприятия, фокусы и темы для проведения Дня инноваций: презентация новых продуктов или услуг; выступление исполнительного совета по вопросам инноваций; день открытых дверей в отделе инноваций; информационные мероприятия по инновациям, которые включают в себя части или весь инновационный процесс, а также инновационные методы.

5. Питчинги – это формат, в котором все сотрудники представляют свои идеи в виде презентаций. Они могут быть представлены перед руководством, что дает возможность получить обратную связь и поддержку для реализации проектов. Питчи имеют ряд преимуществ, включая рост и демонстрацию вовлеченности менеджмента, широкий охват внутренних СМИ, обсуждение и генерацию новых идей. Кроме того, питчи позволяют представить лучшие инновационные практики и продемонстрировать потенциал бизнес-идей.

6. Инновационные конкурсы привлекают большое внимание и энтузиазм, особенно если они проводятся в рамках питчинга или когда награждаются лучшие идеи для инновационных команд или проектов. Сотрудники ценят не столько материальное вознаграждение, сколько общественное признание, которое они получают от своей компании. Премии и награды оказывают скрытое влияние на других сотрудников, стимулируя их к поиску новых идей.

7. Инновационные лаборатории – это компании или отделы, которые предлагают инновационные услуги на аутсорсе. Они отделены от повседневной деятельности заказчика, что делает их весьма эффективными, поскольку ресурсы клиента, направленные на инновации, не расходуются ежедневно. Более того, они часто более продуктивны, поскольку ограничения и барьеры мышления ослабевают на расстоянии, а поиск новых идей в инновационных лабораториях происходит свободно, под лозунгом «все возможно и все разрешено». Инновационные лаборатории могут быть как полноценными организационными подразделениями, так и просто местами, куда люди могут приходить, использовать информационные ресурсы, оборудование и раскрывать свой творческий потенциал.

Для внедрения методов инноваций нужна приверженность топ-менеджмента и глубокая вовлеченность всех лиц, отвечающих за инновации в вашей компании. Тогда они могут быть реализованы без особого труда и оказать существенное влияние на инновационную культуру [3].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что инновационная культура является основой для успешного развития предприятия, так как она способствует формированию благоприятных условий для развития креативного потенциала персонала, ценностной ориентации на нововведения и разработки новой продукции или услуг. Инновационная культура тесно связана с другими формами культуры предприятия, такими как управленческая, корпоративная и предпринимательская, и оказывает на них взаимное влияние [4].

Формирование инновационной стратегии играет важную роль в развитии организации. Она должна быть ориентирована на равновесие и заинтересованность всех участников процесса и учитывать факторы риска и возможности. Этапы разработки стратегии включают исследование нынешней стратегии развития, обзор характеристик инновационной деятельности, выбор целей и вектора развития, определение направлений изменений и приоритетов [5].

#### Список источников

1. Влияние корпоративной культуры на инновационную деятельность организации (на примере ООО «Партнер») [http://elibrary.sgu.ru/VKR/2023/38-03-02\\_045.pdf](http://elibrary.sgu.ru/VKR/2023/38-03-02_045.pdf).
2. Инновации в бизнесе: стратегии внедрения и управления изменениями. [Электронный ресурс]. [https://astacademy.ru/blog/innovacii\\_v\\_biznese\\_strategii\\_vnedrenia\\_i\\_upravlenia\\_izmeneniami](https://astacademy.ru/blog/innovacii_v_biznese_strategii_vnedrenia_i_upravlenia_izmeneniami).
3. Как внедрить культуру инноваций в компании. [Электронный ресурс]. <https://appmaster.io/ru/blog/kak-vnedrit-kulturu-innovacij-v-kompanii>.
4. Инновационная культура предприятия. [Электронный ресурс]. [https://spravochnick.ru/innovacionnyu\\_menedzhment/innovacionnaya\\_kultura\\_predpriyatiya/](https://spravochnick.ru/innovacionnyu_menedzhment/innovacionnaya_kultura_predpriyatiya/)
5. Разработка инновационной стратегии развития организации. [Электронный ресурс]. <https://na-journal.ru/12-2023-ekonomika-menedzhment/7513-razrabotka-innovacionnoi-strategii-razvitiya-organizacii>.

6. Шакирова Д. М. Современные тенденции управления организациями / Д. М. Шакирова, А. М. Якупова, Д. А. Галиченко [и др.] // Наука Красноярья. 2021. Т. 10, № 3-3. С. 166-178. DOI 10.12731/2070-7568-2021-10-3-3-166-178.
7. Зарипова Р.С., Овseenко Г.А., Харченко С.Б. Бизнес-процессы в теории инвестиционной деятельности предприятий // Экономика и предпринимательство. 2024. № 1 (162). С. 859-862.
8. Арсаханова З.А., Минкаилова М.М., Овseenко Г.А. Креативный менеджмент как фактор конкурентоспособности предприятия // Экономика и предпринимательство. 2023. № 11 (160). С. 855-859.
9. Зарипова Р.С., Морозова И.Г., Тумашева М.В. Реинжиниринг бизнес-процессов как стратегия успешного развития компаний // Вестник Академии знаний. 2023. № 3 (56). С. 375-378.
10. Янова О.Ю., Бексултанова А.И., Новикова Е.В. Человеческий капитал: научные подходы и состояние его формирования в России // Экономика и предпринимательство. 2024. № 3 (164). С. 119-122.
11. Зарипова Р.С., Миронов С.П. Процесс управления инновационной деятельностью организаций при переходе к цифровой экономике / Наука Красноярья. 2018. Т. 7. № 2-2. С. 25-29.
3. How to introduce a culture of innovation in the company. [electronic resource]. <https://appmaster.io/ru/blog/kak-vnedrit-kulturu-innovacij-v-kompanii>
4. The innovative culture of the enterprise. [electronic resource]. [https://spravochnick.ru/innovacionnyy\\_menedzhment/innovacionnaya\\_kultura\\_predpriyatiya/](https://spravochnick.ru/innovacionnyy_menedzhment/innovacionnaya_kultura_predpriyatiya/)
5. Development of an innovative strategy for the development of the organization. [electronic resource]. <https://na-journal.ru/12-2023-ekonomika-menedzhment/7513-razrabotka-innovacionnoi-strategii-razvitiya-organizacii>
6. Shakirova D. M. Modern trends in the management of organizations / D. M. Shakirova, A.M. Yakupova, D. A. Galichenko [et al.] // Science of Krasnoyarsk region. 2021. Vol. 10, № 3-3. Pp. 166-178. DOI 10.12731/2070-7568-2021-10-3-3-166-178.
7. Zaripova R.S., Ovseenko G.A., Kharchenko S.B. Business processes in the theory of investment activity of enterprises. *Economics and Entrepreneurship*. 2024. № 1 (162). Pp. 859-862.
8. Arsa Khanova Z.A., Minkailova M.M., Ovseenko G.A. Creative management as a factor of competitiveness of the enterprise // *Economics and Entrepreneurship*. 2023. № 11 (160). Pp. 855-859.
9. Zaripova R.S., Morozova I.G., Tumasheva M.V. Reengineering of business processes as a strategy for successful development of companies. *Vestnik of the Academy of Knowledge*. 2023. № 3 (56). Pp. 375-378.
10. Yanova O.Y., Beksultanova A.I., Novikova E.V. Human capital: scientific approaches and the state of its formation in Russia // *Economics and Entrepreneurship*. 2024. № 3 (164). Pp. 119-122.
11. Zaripova, R.S.; Mironov, S.P. Process of management of innovative activity of organisations in the transition to digital economy / *Nauka Krasnoyarya*. 2018. T. 7. № 2-2. Pp. 25-29.

## References

1. The impact of corporate culture on the innovative activity of an organization (for example, Partner LLC) [http://elibrary.sgu.ru/VKR/2023/38-03-02\\_045.pdf](http://elibrary.sgu.ru/VKR/2023/38-03-02_045.pdf)
2. Business innovation: strategies for implementation and change management. [electronic resource]. [https://astacademy.ru/blog/innovaciya\\_v\\_biznese\\_strategii\\_vnedreniya\\_i\\_upravleniya\\_izmeneniyami](https://astacademy.ru/blog/innovaciya_v_biznese_strategii_vnedreniya_i_upravleniya_izmeneniyami)
10. Yanova O.Y., Beksultanova A.I., Novikova E.V. Human capital: scientific approaches and the state of its formation in Russia // *Economics and Entrepreneurship*. 2024. № 3 (164). Pp. 119-122.
11. Zaripova, R.S.; Mironov, S.P. Process of management of innovative activity of organisations in the transition to digital economy / *Nauka Krasnoyarya*. 2018. T. 7. № 2-2. Pp. 25-29.

### Информация об авторах:

Н. З. САЙФУДИНОВА – старший преподаватель, Казанский государственный энергетический университет;  
 А. А. НУРГАЛИЕВА – кандидат технических наук, доцент, Казанский национальный исследовательский технологический университет;  
 М. В. ТУМАШЕВА – кандидат экономических наук, доцент, Казанский (Приволжский) федеральный университет.

### Information about the authors:

N. Z. SAIFUDINOVA – Senior Lecturer, Kazan State Power Engineering University;

A. A. NURGALIEVA – Candidate of Technical Sciences, Associate Professor, Kazan National Research Technological University;  
M. V. TUMASHEVA – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Kazan (Volga Region) Federal University.

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.  
Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.  
The authors declare no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 05.05.2024; одобрена после рецензирования 10.05.2024; принята к публикации 15.05.2024.

The article was submitted 05.05.2024; approved after reviewing 10.05.2024; accepted for publication 15.05.2024.