

## **ПСИХОЛОГИЯ ТРУДА**

УДК 159.923+316.422

### **ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ЛИЧНОСТИ СУБЪЕКТА ТРУДА И СТРУКТУРА ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ПРОБЛЕМА ВЗАИМОСВЯЗЕЙ**

**А.А. Баранова<sup>1</sup>, Н.Н. Демиденко<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>ООО «АНКОР Кадровые решения», г. Тверь

<sup>2</sup>Тверской государственной университет

Рассмотрены проблемы инновационного потенциала как особой совокупности качеств личности профессионала при осуществлении им инновационной деятельности. Обосновывается необходимость учета внутренней логики инновационной деятельности при анализе совокупности профессионально важных качеств личности специалиста.

***Ключевые слова:** инновации, инновационный потенциал личности профессионала, инновационная деятельность, структурные компоненты инновационной деятельности.*

Вопросы инновационной деятельности и инновационного потенциала личности субъекта труда в настоящее время вызывают интерес и практиков, и теоретиков. Это обосновано необходимостью находить опережающие пути развития в различных сферах жизни общества. Собственно, ведь инновационная деятельность – это деятельность по созданию, доведению идей, изобретений, разработок до результата, пригодного для практического воплощения, использования и распространения [2, с. 59]. Обнаруживается проблема: как соотносятся структура инновационной деятельности и психологические характеристики субъекта, ее реализующую? Не кроется ли тут ответ на вопрос о повышении эффективности этой деятельности? В данной статье рассматривать проблему будем на примере профессии маркетолога.

Инновационный потенциал человека исследователи связывают со способностью воспринимать, оценивать и осуществлять внедрение новых идей и технологий в практику [6, с. 96]. Анализ сущности феномена «инновационный потенциал» показывает, что в большинстве определений основной акцент делается на то, что его носитель обеспечивает эффективную инновационную деятельность. Под инновационным потенциалом понимается характеристика «индивидуальных психологических особенностей человека, которая лежит в основе способности успешно выполнять деятельность, направленную на разработку, внедрение и распространение новых идей, изделий, технологий» [4, с. 12]. Итак, именно система определенных индивидуально-психологических свойств работника позволяет ему осуществлять инновационную деятельность.

В связи с этим важен анализ инновационного потенциала личности специалиста непосредственно в приложении к инновационной деятельности, которую он реализует [3]. Целостное описание инновационного потенциала личности специалиста в таком контексте в психологии отсутствует.

Подчеркнем: необходимо наряду с личностными составляющими инновационного потенциала рассматривать и поведение профессионала, направленное на разработку и внедрение инноваций. При таком подходе целесообразно опираться на этапы инновационного поведения, выделенные Дж. Де Йонгом:

1. Исследование возможностей (обнаружение несоответствия реальных свойств продукта или процесса его идеальным характеристикам, поиск способов улучшения). Здесь от специалиста требуется развитое критическое и аналитическое мышление, способность рассмотреть известный объект или явление под нестандартным ракурсом.

2. Генерация идей (решение обнаруженных проблем путем создания новых продуктов, услуг или процессов, освоение новых рынков либо улучшение текущих рабочих процессов и методов). «Генератор идей» должен обладать творческим мышлением, креативностью, он должен быть открыт новому опыту, иметь склонность к экспериментированию и риску.

3. Продвижение идей (поиск поддержки, формирование коалиций, ведение переговоров, убеждение и влияние на других людей с целью претворения появившихся идей в жизнь). Инициативность, мотивация достижения, решительность, стремление к изменениям, коммуникативная компетентность будут ведущими качествами, необходимыми специалисту, занятому на этом этапе.

4. Практическое применение (разработка новых продуктов, услуг или процессов, их тестирование, модификация и внедрение в повседневную практику). На этом этапе работнику необходим инновационный потенциал исполнительского уровня, чаще связываемый с понятием «готовность к инновационной деятельности», а также профессиональные компетенции, непосредственно связанные с подобной деятельностью [7, с. 45].

В соответствии с логикой структурного подхода деятельность маркетолога выглядит как определенная последовательность выполняемых им действий.

Таким образом, наше предположение заключается в том, что инновационный потенциал личности маркетолога представляет собой психологические качества субъекта, структурированные в систему, взаимосвязанную с этапами инновационной деятельности.

С целью описания взаимосвязей личностных качеств субъекта труда (составляющими инновационного потенциала) с этапами деятельности по разработке и внедрению инноваций, на которых эти качества проявляются, было проведено исследование.

Психодиагностический инструментарий: авторская исследовательская «Анкета оценки структуры инновационного потенциала личности специалиста» [1], «Многофакторный опросник инновационного потенциала профессионала» Т.Д. Ким [5], многофакторный личностный опросник Р. Кеттелла (форма А).

Выборка исследования: 52 человека в возрасте от 22 до 44 лет со стажем работы в сфере маркетинга от 1 до 25 лет.

В ходе исследования применялись математико-статистические методы обработки данных: проверка первичных данных на нормальность распределения с помощью критерия Колмогорова–Смирнова, критерий Ч.

Спирмена для проведения корреляционного анализа.

Представим результаты корреляционного анализа взаимосвязи компонентов инновационного потенциала профессионала, личностных качеств маркетолога с этапами инновационной деятельности (рис. 1).

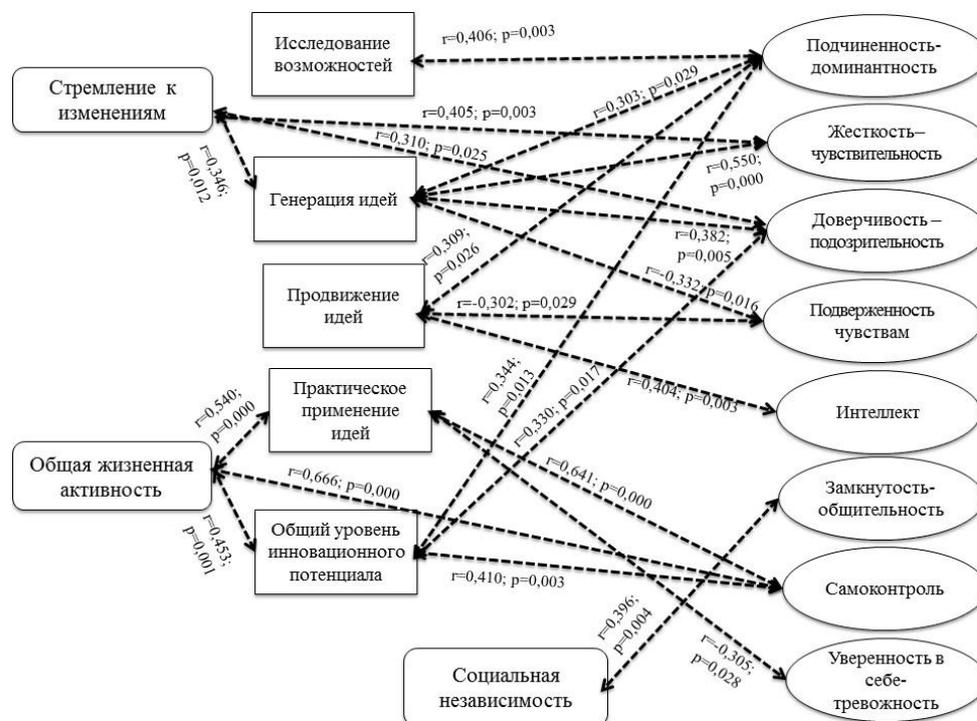


Рис. 1. Система взаимосвязей личностных качеств и компонентов структуры инновационного потенциала маркетологов:

- – структурные элементы инновационного потенциала в связи с этапами инновационной деятельности;
- – компоненты инновационного потенциала профессионала по Т.Д. Ким;
- – личностные качества по 16 PF Кеттелла;
- ↔ – значимые взаимосвязи по результатам корреляционного анализа.

Результаты корреляционного анализа показали, что существуют статистически значимые взаимосвязи между следующими показателями:

1. Этап «Исследование возможностей» имеет умеренную прямую достоверную взаимосвязь со шкалой «Подчиненность – доминантность» многофакторного личностного опросника Р. Кеттелла: ( $r = 0,406; p = 0,003$ ), т.е. сотрудник с выраженной личностной расположенностью к поиску перспектив и вариантов улучшения стандартных способов работы, уже известных предметов и механизмов характеризуется большей самостоятельностью, независимостью суждений и действий, напористостью. Именно эти качества помогают специалисту противостоять консерватизму, традиционным взглядам на профессиональную деятельность и жизнь в целом.

2. Этап «Генерация идей» имеет умеренные прямые достоверные взаимосвязи со следующими шкалами многофакторного личностного опросника Р. Кеттелла: «Жесткость – чувствительность» ( $r = 0,550; p = 0,000$ ),

«Доверчивость – подозрительность» ( $r = 0,382$ ;  $p = 0,005$ ), «Подчиненность – доминантность» ( $r = 0,303$ ;  $p = 0,029$ ); умеренную обратную достоверную связь со шкалой «Подверженность чувствам – высокая нормативность поведения» ( $r = -0,332$ ;  $p = 0,016$ ). Шкала «Генерация идей» имеет умеренную прямую достоверную связь и со шкалой «Стремление к изменениям» многофакторного опросника инновационного потенциала специалиста ( $r = 0,346$ ;  $p = 0,012$ ). Способность к продуцированию нестандартных идей, качественно новых способов организации и осуществления деятельности напрямую связана с выраженностью у маркетолога таких качеств, как чувствительность, богатство эмоциональных впечатлений, художественное восприятие мира, развитое воображение. Именно эти качества позволяют взглянуть на привычные вещи критично, под нетривиальным углом. Также у специалиста, обладающего набором качеств, наиболее подходящих для этапа генерации идей, наблюдаются развитая настороженность и внутренняя напряженность. На этом этапе инновационной деятельности также требуется большая автономность и независимость от мнений окружающих. В то же время в структуре личности маркетологов проявляются низкая дисциплинированность, пренебрежение устоявшимися стандартами и шаблонами. Эти качества помогают абстрагироваться от тривиальных идей и стереотипных решений. Высокая значимость всех вышеперечисленных качеств на этапе генерации идей подтверждается и связью данного этапа с таким компонентом инновационного потенциала, как стремление к изменениям, так как он является индикатором любознательности специалиста, развитой потребности в переменах, мотивации достижения.

3. Этап «Продвижение идей» имеет умеренные прямые достоверные взаимосвязи со шкалами многофакторного личностного опросника Р. Кеттелла: «Интеллект» ( $r = 0,404$ ;  $p = 0,003$ ) и «Подчиненность – доминантность» ( $r = 0,309$ ;  $p = 0,026$ ); умеренную обратную достоверную связь со шкалой «Подверженность чувствам – высокая нормативность поведения» ( $r = -0,302$ ;  $p = 0,029$ ). Этап продвижения идей, так же как и предыдущий этап «Генерация идей», связан с высокой личностной автономией, независимостью и самостоятельностью. Кроме того, специалист, занятый в разработке новаций, характеризуется развитым абстрактным мышлением, сообразительностью и, что немаловажно, высоким уровнем вербальной культуры. Это одно из ключевых качеств, требующихся при аргументации необходимости изменений и значимости разработанного решения.

4. Этап «Практическое применение идей» имеет умеренную прямую достоверную взаимосвязь со шкалой «Низкий самоконтроль – высокий самоконтроль» многофакторного личностного опросника Р. Кеттелла ( $r = 0,641$ ;  $p = 0,000$ ); умеренную обратную достоверную взаимосвязь со шкалой «Уверенность в себе – тревожность» ( $r = -0,305$ ;  $p = 0,028$ ). Шкала «Практическое применение идей» имеет умеренную прямую достоверную взаимосвязь и со шкалой «Общая жизненная активность» многофакторного опросника инновационного потенциала специалиста ( $r = 0,540$ ;  $p = 0,000$ ). Организовывать и внедрять инновационные идеи маркетологу в своей работе позволяет наличие сильной волевой саморегуляции, целенаправленности и настойчивости в поведении. Эмоциональная устойчивость, выдержка,

работоспособность, практичность позволяют достичь успехов на сложном пути постепенного и обоснованного внедрения новинок не только в свою работу, но и в профессиональную деятельность коллег, в общественные процессы в целом.

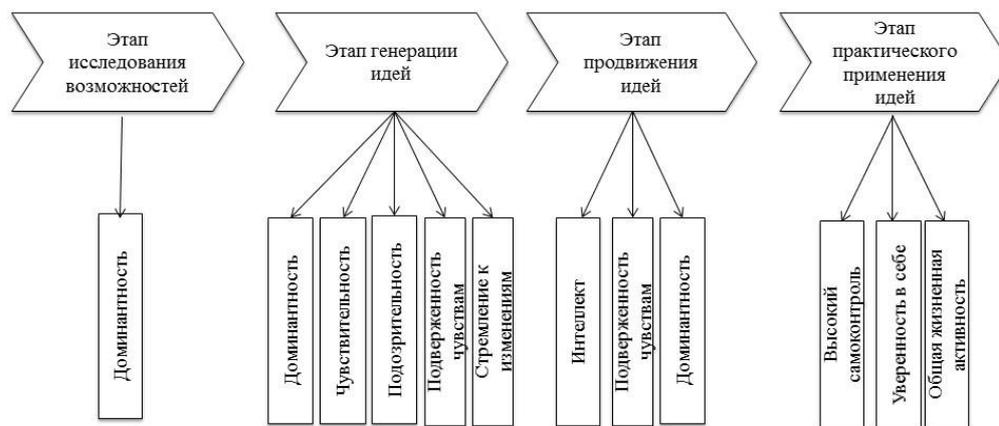


Рис. 2. Соотношение этапов инновационной деятельности с объективно требуемыми личностными характеристиками субъекта, выступающими компонентами инновационного потенциала профессионала

5. Общий уровень инновационного потенциала имеет умеренные прямые достоверные взаимосвязи со шкалами многофакторного личностного опросника Р. Кеттелла: «Низкий самоконтроль – высокий самоконтроль» ( $r = 0,410$ ;  $p = 0,003$ ), «Подчиненность – доминантность» ( $r = 0,344$ ;  $p = 0,013$ ) и «Доверчивость – подозрительность» ( $r = 0,330$ ;  $p = 0,017$ ). Кроме того, шкала «Общий уровень инновационного потенциала» имеет умеренную прямую достоверную взаимосвязь со шкалой «Общая жизненная активность» многофакторного опросника инновационного потенциала специалиста ( $r = 0,453$ ;  $p = 0,001$ ). Общий уровень инновационного потенциала как интегральный показатель всех вышеописанных шкал инновационной деятельности связан со всеми теми личностными качествами, которые проявляются на каждом из этапов процесса разработки и внедрения инноваций.

Соотношение этапов инновационной деятельности с объективно требуемыми личностными характеристиками субъекта, выступающими компонентами инновационного потенциала профессионала, показано на рис. 2.

Итак, личностные качества специалиста, составляющие его инновационный потенциал, группируются в соответствии с необходимостью их «предъявления» и применения на каждом из этапов деятельности по разработке и внедрению инноваций. Обнаруживаются сквозные характеристики, такие как доминантность и уверенность в себе, требующиеся на протяжении всего инновационного процесса.

Представленные результаты открывают как широкое поле для дальнейших научно-исследовательских работ, так и возможности для решения насущных задач практики. В качестве перспектив укажем на необходимость уточнения профессиограммы маркетолога с учетом данных исследования, разработки программы оценки эффективности сотрудника на каждом из

этапов инновационной деятельности, модернизации системы отбора специалистов на должность, разработки и внедрения рекомендаций по психологическому сопровождению развития личности профессионала и оптимизации инновационной деятельности организации в целом.

### **Список литературы**

1. Баранова А.А. Исследовательская анкета оценки уровня инновационного потенциала личности специалиста // Психология, образование: актуальные и приоритетные направления исследований: материалы междунар. науч.-практ. конф. студентов, магистров, аспирантов, молодых ученых и их наставников, посвященной 90-летию засл. деятеля науки РФ, д-ра психол. наук, проф. Алексея Федоровича Шикуну. Тверь: ТвГУ, 2017. С. 145–149.
2. Васильева Л.Н., Муравьева Е.А. Методы управления инновационной деятельностью: учеб. пособие. М.: КНОРУС, 2005. С. 320.
3. Демиденко Н.Н. Научные психологические исследования в организации: учеб. пособие для вузов. Тверь: Твер. гос. ун-т, 2016. 264 с.
4. Ким Т.Д. Психологические компоненты инновационного потенциала профессионала: автореф. дис. ... канд. психол. наук. Челябинск, Южно-Уральский гос. ун-т, 2013. 25 с.
5. Ким Т.Д. Психометрическая проверка многофакторного опросника инновационного потенциала профессионала // Вестн. Юж.-Урал. гос. ун-та Сер. «Психология». Челябинск: ЮУрГУ, 2011. № 42(259). С. 47–52.
6. Яголковский С.Р. Психология инноваций: подходы, модели, процессы. М.: ИД Высшей школы экономики, 2011. 272 с.
7. De Jong J.P.J. Individual innovation: The connection between leadership and employees' innovative work behaviour, Phd Thesis. Zee-termeer: EIM, 2007. 224 p.

## **INNOVATIVE CAPACITY OF THE PERSONALITY OF THE SUBJECT OF WORK AND THE STRUCTURE OF INNOVATION ACTIVITIES: THE PROBLEM OF THE INTERDEPENDENCE**

**A.A. Baranova<sup>1</sup>, N.N. Demidenko<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>ООО «ANKOR Personnel decisions», Tver

<sup>2</sup>Tver State University

The article is devoted to the issue of innovative capacity as a particular set of a professional's personal skills in the context of innovative activity. The necessity of taking into account the personal-activity and structural approaches to the study of this phenomenon is proved here.

**Keywords:** *innovation, innovative capacity of the professional's personality, innovative activity, structural components of innovative activity.*

*Об авторах:*

БАРАНОВА Анна Алексеевна – магистр психологии, специалист по сопровождению проектов ООО «АНКОР Кадровые решения». (170100, г. Тверь, Свободный пер., 9), e-mail: baranovaa93@mail.ru

ДЕМИДЕНКО Надежда Николаевна – кандидат психологических наук, доцент кафедры «Психология труда и клиническая психология» Тверского государственного университета, член-корреспондент Академии педагогических и социальных наук (170100, г. Тверь, ул. Желябова, 33), e-mail: nndem@list.ru