

## **ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА И ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ПЕРСОНАЛА В АГРОХОЛДИНГАХ**

**Кузнецова Светлана Владимировна**

канд. ист. наук, заместитель начальника отдела образования Департамента научно-технологической политики и образования МСХ РФ, РФ, г. Москва

**Шафеев Руслан Шакирович**

канд. экон. наук, доцент, ФГБОУ ВО Оренбургский ГАУ, РФ, г. Оренбург

**Аргунеева Ольга Николаевна**

канд. экон. наук, доцент, ФГБОУ ВО Оренбургский ГАУ, РФ, г. Оренбург

## **FORMATION OF INNOVATIVE POTENTIAL AND INNOVATIVE ACTIVITY OF PERSONNEL IN AGRICULTURAL HOLDINGS**

***Svetlana Kuznetsova***

*Cand. East. sciences, deputy chief Department of Education, Department of Scientific and Technological policy and education of the Ministry of Agriculture of the Russian Federation, Russia, Moscow*

***Ruslan Shafeev***

*Cand. econ. sciences, associate professor FSBEI HE Orenburg State Agrarian University, Russia, Orenburg*

***Olga Arguneeva***

*Cand. econ. sciences, associate professor FSBEI HE Orenburg State Agrarian University, Russia, Orenburg*

**Аннотация.** Кадровая политика агрохолдинга должна быть согласована со стратегией бизнеса, ориентированной на инновации. Необходимо рассматривать инновационную активность персонала как приоритет кадровой политики. При разработке кадровой политики рекомендуется использовать модель управления инновационной активностью персонала.

**Abstract.** The personnel policy of the agricultural holding should be consistent with the innovation-oriented business strategy. It is necessary to consider the innovative activity of personnel as a priority for personnel policy. When developing a personnel policy, it is recommended to use the personnel innovation management model.

**Ключевые слова:** Агрохолдинг; персонал; кадровая политика; инновационная активность.

**Keywords:** Agricultural holding; personnel; HR policy; innovative activity.

Традиционно инновации и инновационная деятельность в большей степени свойственна высокотехнологичным отраслям. Тем не менее, реальность такова, что в отраслях низко- и среднетехнологичных, к которым с полным правом могут быть отнесены отрасли агропромышленного комплекса, инновации могут оказывать существенное влияние не только на результаты деятельности хозяйствующих субъектов, но и на экономический рост и решение социальных проблем в обществе благодаря значительной роли отраслей АПК в экономике.

Для АПК характерно разнообразие типов инноваций. Все чаще наблюдается интерес к использованию высокотехнологичных новшеств, связанных с информационными технологиями, биотехнологиями. Важным аспектом инноваций является также заимствование и внедрение новых технологических решений производства и переработки сельскохозяйственной продукции. Наиболее типичными для отраслей АПК являются улучшающие инновации и заимствования, а сама инновационная деятельность нацелена на решение проблем эффективности производства, дифференцирования видов деятельности и маркетинга. Наиболее высока востребованность инноваций в агрохолдингах. Использование инновационных решений при этом влияет на организационную структуру предприятий, их взаимодействие с хозяйственными партнерами, научными организациями, государственными органами, на требования к квалификации рабочей силы. Кадровая политика в таких условиях должна быть не только последовательной, но и согласованной со стратегией бизнеса ориентированной на инновации. Особенность формирования кадровой политика структурных единиц агрохолдингов состоит в том, что она должна соответствовать стратегии их собственной инновационной деятельности, а также стратегии инноваций холдинга в целом.

Инновационная деятельность современных агрохолдингов проявляется не только в сфере производства сельскохозяйственной продукции и её переработки, но и все более активном применении маркетинговых инноваций, проявляющихся в развитии розничной торговли различных форматов. По данным каталога компаний холдингового типа, около половины из них в качестве одного из видов инновационной деятельности осуществляют розничную торговлю произведенной продукцией [1]. Это позволяет полностью использовать платежеспособный потенциал потребительского рынка. Задачей холдинга при этом становится доведение своей продукции не до прилавка, а непосредственно до потребителя. В связи с этим появляется необходимость разработки кадровой политики по отношению к персоналу сектора розничной торговли как инновационного направления деятельности. Приоритетами такой политики является формирование инновационного потенциала и инновационной активности персонала.

При разработке кадровой политики рекомендуется использовать модель управления инновационной активностью персонала (рисунок 3.1).

<b>Управление клиентоориентированностью персонала</b>	<b>Инновационная активность сотрудников как часть стратегии компании</b>
	<b>Инновационная активность сотрудников как часть стратегии управления человеческими ресурсами</b>
	<b>Инновационная активность сотрудников как часть стратегии внутренних коммуникаций</b>
	<b>Подбор сотрудников, ориентированных на инновации</b>
	<b>Развитие инновационной активности сотрудников на этапе адаптации и в процессе работы в компании</b>
	<b>Оценка ориентированности сотрудников на инновации</b>
	<b>Вознаграждение инновационной активности сотрудников</b>
	<b>Усиление инновационной активности компании и её конкурентных позиций на рынке</b>

**Рисунок 1. Модель управления инновационной активностью персонала**

Сама по себе разработка модели управления инновационной активностью не является самоцелью, следующим этапом является её реализация. Разработанные рекомендации воплощают в жизнь с помощью мероприятий, локальных программ, процедур, подсчета бюджетов. Эта работа должна носить системный характер.

Рассматривая инновационную деятельность агрохолдингов в области торгового маркетинга, следует отметить, что она является для многих из них совершенно новым, не практиковавшимся ранее, направлением деятельности. Общая цель инновационного маркетинга компании, ориентированной на успех на потребительском рынке, состоит в наращивании силы бренда в сознании покупателей в условиях широкого распространения торговых сетей федерального формата, обладающих мощным маркетинговым и инновационным потенциалом.

Основная часть инноваций – это внедрение новых технологий обслуживания в торговой сети, которое делает максимально комфортным приобретение продовольственных товаров для клиентов, которые могут в одном месте покупать свежие продукты необходимого ему ежедневного ассортимента.

Необходимым мероприятием при реализации модели управления инновационной активностью является оценка и контроль персонала с позиций его ориентации на инновации. Контроль персонала может осуществляться в различных формах. Это может быть применение метода «Тайный покупатель», опрос по телефону по поводу удовлетворенности клиентов уровнем обслуживания, наблюдение руководителя за действиями подчиненных, тестирование работников в процессе аттестации.

Результаты оценки персонала должны быть учтены при разработке мероприятий по мотивации сотрудников. Позитивные результаты в работе должны придаваться гласности в коллективе, вознаграждаться через стимулирующие выплаты. Сотрудникам, нарушающим правила, установленные стандартом, следует выносить публичное порицание, снижать переменную часть заработной платы, принимать административные меры.

Систематизация мероприятий, определение их результатов в числовом выражении, поэтапный мониторинг выполнения принятых основных показателей будет способствовать

успешной реализации рекомендаций по внедрению модели управления инновационной активностью, что позволит достичь определенной экономической и социальной эффективности. По мнению Леонида Мазурика, эксперта в области управления персоналом, главного редактора журнала «Директор по персоналу», из-за низких стандартов обслуживания клиентов компания может потерять до 30 процентов покупателей [2]. Следовательно, при соблюдении персоналом стандартов обслуживания клиентов компания может получить дополнительно до 30 процентов покупателей и соответственно увеличить выручку.

Социальная эффективность реализации модели управления инновационной активностью выражается в развитии индивидуальных способностей работников, обеспечении их социальной защищенности, создании положительного имиджа, социально-психологического климата внутри компании, формировании корпоративного духа работников. Каждый сотрудник получает возможность дополнительного обучения в зависимости от занимаемой должности и специфики обязанностей. Льготы и поощрения по результатам труда в новых условиях должны получать только лучшие с точки зрения инновационной активности сотрудники.

### **Список литературы:**

1. Каталог компаний; URL:<http://meatinfo.ru/litecat/list?category=254&search> (дата обращения: 23.03.2019)
2. Мазурик Л. Учим сотрудников очаровывать клиентов; URL: <https://hr.superjob.ru/vnutrennie-kommunikacii/uchim-sotrudnikov-ocharovyvat-klientov-1527/> (дата обращения: 23.03.2020)