

Станіславик О.В.

к.е.н., Одеський національний політехнічний університет
elenastanislavik@yandex.ru

Коваленко О.М.

д.е.н., Одеський національний політехнічний університет
almkov@rambler.ru

РОЛЬ ІННОВАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ В РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

АНОТАЦІЯ. в дослідженні розглянуто важливі елементи інноваційної культури та висвітлено її роль в розвитку інноваційної діяльності та забезпеченні конкурентоспроможності підприємства

КЛЮЧОВІ СЛОВА: інноваційна культура, інноваційна діяльність, методи управління, інноваційний розвиток, конкурентоспроможність

ROLE OF INNOVATIVE CULTURE IN DEVELOPMENT OF INNOVATIVE ACTIVITIES AND ENSURING BUSINESS COMPETITIVENESS

ABSTRACT. In the research important elements of innovative culture are considered and its role in development of innovative activities and ensuring business competitiveness is shown

KEYWORDS: innovative culture, innovative activities, methods of management, innovative development, competitiveness

Інноваційний розвиток підприємств в умовах жорсткої конкуренції можливий завдяки творчому пошуку, інноваційній культурі та креативній системі, яка його стимулює [2].

Креативна система є проекцією інноваційної культури, ключовим фактором успіху, а її ядро становить персонал підприємства, команда його менеджерів, об'єднаних спільними цінностями та інтересами.

Світові тенденції розвитку, інтегрування України у міжнародні спільноти, загострення конкуренції на світовому ринку змушують вітчизняні підприємства адаптуватися до цих нових умов, шукаючи сучасні підходи до підготовки, управління й організації виробництва інноваційних розробок та їхньої реалізації розглядаючи різні можливості інноваційного розвитку. Тому система управління для підприємств, які йдуть інноваційним шляхом, повинна ґрунтуватися на принципах адаптивності, динамічності, самоорганізації, саморегуляції, саморозвитку, які перетинаються з принципами організаційної культури. Узгоджена реалізація зазначених принципів у масштабах ринку сприятливо вплине на поєднання корпоративних інтересів різних суб'єктів господарювання.

Елементи інноваційної культури необхідно використовувати в управлінні інноваційним розвитком через систему методів: методів економічного стимулювання, планування, соціального регулювання, методів політичного та екологічного регулювання, адміністративних, організаційних, правових методів тощо [3].

Методи управління інноваційним розвитком доповнюються функціями: аналітичною, яка охоплює аналіз зовнішнього і внутрішнього середовищ підприємства, аналіз своїх потенційних можливостей і перспектив, враховуючи глобалізаційні процеси, аналіз ризиків та інші напрями аналізу; планування; організаційною функцією, яка стосується створення організаційних структур з питань інноваційного розвитку, координування й регулювання діяльності всіх структурних підрозділів та операційних процесів, дотичних до інноваційної політики підприємства; контрольну. Поєднання функцій, методів інструментів, інноваційна культура утворює механізм управління інноваційним розвитком підприємства.

Адміністративні методи охоплюють сукупність видів робіт: стандартизація продукції, ліцензування, нормування, екологічна експертиза, антимонопольне регулювання тощо, які здійснюють різні функціональні інституції, здатні об'єктивно регулювати всі процеси інноваційного розвитку. Ці методи відображають вплив зовнішнього середовища, від якого також залежить реалізаційна здатність інноваційного потенціалу кожного підприємства. При реалізації цієї групи методів вплив інноваційної культури проявляється через взаємну систему зобов'язань й адміністративної відповідальності. Це свідчить, що завдяки цінностям інноваційної культури можливе формування нового типу відносин як в межах підприємства, так і поза цими межами, які ґрунтуватимуться на принципах моралі та високої суспільної свідомості.

Організаційні методи управління інноваційною діяльністю органічно пов'язані із культурологічними чинниками завдяки створенню відповідної філософії підприємства, здатної надійно збалансувати вимоги зовнішнього і внутрішнього середовищ завдяки гармонії інтересів. Спектр організаційних процедур доволі широкий і передбачає надання різних видів послуг, консультацій, укладання ділових угод, створення спеціальних структур, в компетенцію яких буде входити вся робота із інноваційного розвитку; організування інформаційних потоків, які супроводжують інноваційний цикл, організування маркетингових робіт та виконання екологічного аудиту тощо.

Результативність механізму управління інноваційним розвитком залежить від взаємодії функцій, методів, культури та достатнього інформаційного забезпечення. Сукупність різних методів і функцій підкреслює неоднорідність природи механізму управління інноваціями і необхідність добору специфічних інструментів управління, які б відповідали цій природі та створення на їхній основі комплексного механізму управління інноваційними процесами, адекватного до трансформаційних процесів економіки. Цей механізм повинен

узгоджуватися із ринковим механізмом, посередником між якими знову виступатиме інноваційна культура.

Отже, і внутрішній зміст механізму управління інноваційним розвитком підприємства, і навколишнє середовище, в якому він функціонує, утворюють цілісну систему інноваційного розвитку, яка впорядковується завдяки законам і принципам інноваційної культури.

Глобалізація та різні інтеграційні процеси, суцільна інформатизація усіх сфер суспільного життя, а також перехід від конкуренції продуктів і технологій до конкуренції цінностей виділяють в інноваційній системі не тільки результат, але й методи та шляхи його досягнення і, особливо, компетенції персоналу підприємства. Тобто в системі управління інноваційним розвитком основний вектор скеровується на людський ресурс, який є джерелом творчої енергії, необхідної для активізації інноваційної діяльності й розвитку організації. З огляду на це інноваційний розвиток неминучий без розвитку персоналу, тому в сучасній системі управління підприємством велику увагу приділяють управлінню персоналом, компетенціями, знаннями, творчим потенціалом тощо, які в умовах глобалізації трансформуються в управління людськими ресурсами. Інноваційна культура здатна поєднати технічний інноваційний потенціал із творчою активністю персоналу, оскільки вона є стратегічним елементом інноваційного розвитку всієї економічної системи загалом.

Інноваційна культура підприємства наділена особливими ознаками, вона поєднує в собі високий ринковий потенціал, наділений енергією стимулювання інноваційного розвитку, із мінімальним ризиком та контролем над підприємством. Однак інтеграційні процеси та збільшення кількості транснаціональних корпорацій, коли підприємства розміщуються в різних країнах, загострюється проблема узгодження місцевого законодавства із законодавством інших країн і, як наслідок, виникає об'єктивна закономірність у функції контролю, координування і підвищення відповідальності. Якщо на рівні окремо взятого підприємства контрольна функція інноваційної культури є не обов'язковою, то в умовах глобалізації на рівні транснаціональних корпорацій контроль, чітка регламентація процесів і поділ праці є необхідними елементами культури.

Ринок інновацій існує у певному макросередовищі, в якому поєднуються різні інтереси учасників господарювання, і якими рухають різні мотиви. У взаємовідносинах між суб'єктами ринку, як і на локальному рівні – між працівниками підприємства, мотиваційна функція інноваційної культури відіграє важливу роль. Мотиваційна функція розвиває бажання суб'єкта досягати певних інтересів і це впливає із природної сутності мотиву як внутрішньої спонуки до дії. Загалом мотив як термін відображає спонукальну причину дій і вчинків людини, на відміну від стимулу, який відображає зовнішнє збудження з певною метою. Отже, можна стверджувати, що стимулювання здійснюється з метою мотивації досягти бажаної поведінки людей.

Інтереси суб'єктів ринку істотно відрізняються, а завдяки мотиваційному фактору їх можна цілеспрямовано змінювати і формувати на різних рівнях. Для цього необхідно попередньо проаналізувати мотиви дій виробників, споживачів, дослідників інших структур, які задіяні в інноваційному ланцюжку. В руслі інноваційних чинників інноваційний процес набуває соціально-гуманітарного характеру. Розробляючи стратегію інноваційної діяльності, підприємства повинні враховувати не тільки свої комерційні інтереси, але й інтереси суспільства [1], тому першочергове завдання інноваційної культури полягає в екологічному спрямуванні інноваційної діяльності. І в цьому плані показовою є світова практика, яка демонструє можливості зменшення негативного впливу інноваційних продуктів на довкілля. На жаль, вітчизняні підприємства мало уваги приділяють екологізації інноваційної діяльності, тому необхідно підвищувати роль цінностей, пов'язаних із екологізацією, здоров'ям, фізичною культурою через створення мотиваційного механізму екологічно орієнтованої інноваційної діяльності і формування позитивного ставлення до екологічного товару.

Виробництво екологічної продукції не завжди може приносити високі доходи, тому неминучі конфлікти між бажанням виробників одержувати значні прибутки від інновацій, та їх наслідками для суспільства, якщо ці прибутки досягатимуться завдяки інноваціям, які приводять до техногенних катастроф. За відсутності інноваційної культури така інноваційна діяльність погіршуватиме екологічну безпеку країни. З огляду на це мотиваційний механізм буде ефективним, якщо пропозиція екологічних інновацій перевищуватиме попит на них, що зумовить зростання конкуренції наукових проєктів, зміцнення інтелектуального потенціалу і, як наслідок, підвищення конкурентоспроможності інноваційної продукції. Враховуючи необхідність збалансовування інтересів всіх учасників інноваційних процесів, мотиваційний механізм повинен бути структуризований за напрямками: генерування інноваційних ідей, розроблення інновацій, впровадження та споживання інновацій. Відповідно до цих напрямів, які охоплюють ринок екологічних розробок і ринок екологічних товарів, виділяють мотиваційний механізм формування попиту на екологічні інновації, розробки інноваційних проєктів, виробництва екологічних продуктів і споживання. Залучення мотиваційного механізму до життєвого циклу екологічної інновації сприятливо вплине на збалансованість інноваційної діяльності. Мотиваційне поле повинно бути доволі гнучким з огляду на те, що стимулювання є динамічним елементом управління, яке поширюється на інтереси всіх учасників процесу зародження ідей та її матеріалізації в готовий продукт. У цьому контексті важливим є стимулювання діяльності дослідників та науковців, які генерують нові ідеї.

Використання елементів інноваційної культури як важливого стимулу до активізації наукових досліджень і розробок підвищить ефективність реалізації творчого потенціалу підприємства і в перспективі розширить напрями інноваційних досліджень.

Важливим питанням у напрямі реалізації механізму стимулювання інноваційного розвитку підприємства є розроблення інноваційної стратегії.

Як правило, цілі підприємства спрямовані на покращання показників його діяльності, на здешевлення продукції, прискорення бажаних організаційних змін на підприємстві, зміцнення фінансової спроможності, прискорення інноваційного розвитку тощо [4].

Завдяки інноваційній культурі підприємства розробляють випереджувальну стратегію розвитку і вибирають випереджувальну тактику поведінки на ринку, заздалегідь оцінюючи можливу реакцію конкурентів та тенденції зміни попиту.

Відповідно до системного підходу виділимо фактори, які обов'язково змушуватимуть усіх суб'єктів ринкових відносин розвивати свою інноваційну активність у відповідь на виклики часу: мінливість зовнішнього середовища, стрімка глобалізація, інтелектуалізація виробництва й загострення світової конкуренції; розвиток інформаційних технологій; постійне скорочення життєвого циклу товару; зростання потреби у високотехнологічних продуктах; загострення екологічних проблем у світовому масштабі; домінування світу ідей над світом речей.

В підсумку відзначимо, що роль інноваційної культури в розвитку інноваційної діяльності підприємства та забезпеченні його конкурентоспроможності проявляється у тому, що вона: виконує функцію стимулятора творчої думки; оптимізує всі складові інноваційного потенціалу підприємства; відображає відносини, які складаються на всьому інноваційному циклі із висвітленням слабкої ланки; надає всьому інноваційному процесові певної організованості, регламентуючи відповідні процедури; істотно зменшує опір нововведенням завдяки культурі змін та перехідних процесів; впорядковує процес інновацій завдяки своєму інституціональному характеру; оптимізує весь інноваційний шлях підприємства на основі прийнятих цінностей та бажання працювати на випередження і гідно сприймати сучасні виклики часу. Враховуючи те, що конкурентні переваги – це ті характеристики, які вигідно відрізняють підприємство від конкурентів, інноваційна культура є домінуючим фактором у забезпеченні високої конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, наділеним високою енергетичною спонукою до розвитку ділової активності.

Литература

1. Жовнір Н.М. Управління організаційною і інноваційною культурою в системі регіонального розвитку // Економіка і регіони. – 2004. – № 1 (2). – С. 45-47.
2. Козлова О.Г. Інноваційна культура: сутнісні характеристики: Монографія / О.Г. Козлова, Р.В. Миленкова. – Суми: Вид-во СумДПУ ім. А.С.Макаренка, 2007. – 140 с.
3. Пруднікова О.В. Інноваційна культура: проблеми правового регулювання / О.В. Пруднікова, М.В. Рожкова // Форум права. – 2011. – № 3. – С. 644-647.
4. Тарнавська Н.П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика: [Монографія] / Наталія Петрівна Тарнавська. – Тернопіль: Економічна думка, 2008. – 570 с.