

розвитку підприємств із врахуванням їх стратегічних можливостей; 2) загальну модель розробки і впровадження стратегії підприємства, що, на відміну від існуючих, містить систему критеріїв вибору стратегії, які дозволяють оцінити основні характеристики майбутньої стратегії та встановити її переваги в порівнянні з іншими стратегіями і систему обмежень процесу реалізації стратегії, що відображає внутрішні критерії раціонального розподілу ресурсів. В структурі моделі розробки і впровадження стратегії підприємства лежить комбінація запланованих дій (намічена стратегія) та незапланованих стратегічних рішень, направлених на адаптацію до ситуації, що склалась.

Вважаємо, що подальші наукові дослідження слід проводити у напрямку виявлення характеру взаємозв'язків фінансової стратегії із іншими функціональними стратегіями підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Аранчій В. І. Фінансова стратегія у системі управління фінансами підприємства / В. І. Аранчій, О. П. Зоря // Вісник Полтавської державної аграрної академії. – 2010. – № 2. – С. 156–159.
2. Бельтюков Е. А. Выбор стратегии развития предприятия : [монография] / Е. А. Бельтюков, Л. А. Некрасова. – О. : НОПУ, 2002. – 279 с.
3. Блакита Г. В. Фінансова стратегія торговельних підприємств: методологічні та прикладні аспекти: монографія / Г. В. Блакита. – К. : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2010. – 244 с.
4. Градов А. П. Экономическая стратегия фирмы / [А. П. Градов ; под ред. А. П. Градова]. – СПб. : Спец. литература, 2000. – 589 с.
5. Корпан О. С. Фінансова стратегія підприємств легкої промисловості: принципи формування та особливості реалізації / О. С. Корпан // Моделювання регіональної економіки : зб. наук. праць. – Івано-Франківськ : Плай, 2012. – № 1. – С. 143–161.
6. Корпоративне управління в Україні: процеси формування та розвитку: монографія / за наук. ред. д.е.н., проф. Н. А. Хрущ. – К. : Кафедра, 2012. – 300 с.
7. Куркин Н. В. Управление экономической безопасностью развития предприятия : монография / Н. В. Куркин. – Д. : АРТ-ПРЕСС. 2004. – 452 с.
8. Редькін О. С. Сучасні стратегії та технології корпоративного управління / О. С. Редькін, В. Реген, Н. А. Хрущ. – О. : Евен, 2004. – 216 с.
9. Хрущ Н. А. Конкурентні стратегії: процеси створення та реалізації: монографія / Н. А. Хрущ, М. В. Желіховська ; за ред. Н. А. Хрущ. – К. : Освіта України, 2010. – 315 с.

УДК 331.101

Шапошников К.С.

*доктор економічних наук, доцент,
декан факультету економіки і менеджменту,
Херсонський державний університет*

ІННОВАЦІЙНА КУЛЬТУРА ЯК ПРОВІДНИЙ ЧИННИК РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ

THE INNOVATION CULTURE AS A LEADING FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF INNOVATIVE PROCESSES IN NATIONAL ECONOMY

АНОТАЦІЯ

У статті обґрунтовано, що інноваційна культура є провідним чинником розвитку інноваційних процесів у національній економіці. Доведено, що для збереження вектору інноваційного розвитку національної економіки необхідна її орієнтація на принципово нові технології, причому не тільки виробництва, а й усієї системи управління соціально-економічними процесами. З'ясовано, що якість виконання інноваційної функції визначається ступенем органічності інституціоналізованих інноваційною культурою поведінкових моделей по відношенню до сформованої в даному суспільстві структури економічних, політичних, культурних та інших відносин.

Ключові слова: інновації, інноваційна культура, інноваційні процеси, корпоративне управління, корпоративний сектор, національна економіка.

АННОТАЦІЯ

В статье обосновано, что инновационная культура является ведущим фактором развития инновационных процессов в национальной экономике. Доказано, что для сохранения вектора инновационного развития национальной экономики необходима её ориентация на принципиально новые технологии, причём не только производства, а и всей системы управле-

ния социально-экономическими процессами. Выяснено, что качество исполнения инновационной функции определяется степенью органичности институционализированных инновационной культурой поведенческих моделей касательно сформированной в данном обществе структуры экономических, политических, культурных и других отношений.

Ключевые слова: инновации, инновационная культура, инновационный процесс, корпорация, корпоративное управление, корпоративный сектор, национальная экономика.

ANNOTATION

In article that innovation culture is a leading factor in the development of innovative processes in the economy. Proved that, to preserve the vector of innovation development of the national economy requires its focus on radically new technologies, not only production, but also the entire system of socio-economic processes. Found that the quality of the innovation function is determined by the degree of the organic nature of institutionalized culture of innovation behaviors regarding formed in the community structure of economic, political, cultural and other relations.

Key words: innovation, innovation culture, innovation process, corporation, corporate governance, corporate sector, national economy.

Постановка проблеми. Удосконалення взаємопов'язаних сегментів фінансового ринку з використанням системного підходу необхідне для активізації інноваційного розвитку національної економіки. Інноваційний розвиток національної економіки ми розуміємо в динамічній єдності його провідних агрегованих учасників: суспільства, корпоративного сектору і держави. Для формування здатності до самовідтворювання та саморегуляції інноваційне середовище має бути насичене не тільки інноваційними технологіями, але й інноваційною культурою.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. При підготовці статті були використані праці українських та іноземних авторів у суміжних галузях науки, таких як дослідження технологій та стратегій корпоративного управління (О. Редькін [9], Г. Назарова [7], В. Коваль, Я. Квач [11]), дослідження корпоративних структур в національній економіці (П. Наймушин [6], Л. Федулова [5]), дослідження інституціонального середовища функціонування корпоративного сектору національної економіки (Ю. Богоявленська [3], Ю. Павленко [8]) та вивчення інноваційних процесів у корпоративному секторі національної економіки (О. Амоша [1], Г. Андрощук [2], А. Гальчинський [3]).

Постановка завдання. Створення інноваційної системи, котра продукує і технологізує новації, перетворює їх на інновації (тобто на регулярно використовувані новації), слід розглядати з точки зору соціально-економічного підходу. Для нової економіки з постійно зростаючою роллю людського фактору технократичний підхід до інноваційного процесу на початкових стадіях неефективний: якщо техніка інертна до новацій, а людина сприйнятлива, то інноваційний процес можна ініціювати, якщо ж людина не сприйнятлива до інновацій, то навіть високі технологічні нововведення не дадуть очікуваного позитивного ефекту. Отже, інноваційний процес є феноменом не стільки технологічного, скільки соціального характеру. Тому для плекання інноваційної економічної системи необхідним є розвиток інноваційної культури. Метою даної статті є обґрунтування інноваційної культури як провідного чинника розвитку інноваційних процесів у національній економіці.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інноваційну культуру слід розуміти як сукупність знань, умінь та компетенцій, використовуваних і придбаних у процесі всебічного вивчення та виробництва нововведень в різних галузях людської діяльності при збереженні в системі динамічної єдності традицій, інновацій та нововведень [1; 2; 4; 10]. Саме інноваційна культура об'єднує в собі нематеріальні активи, необхідні для ефективного функціонування фінансового сектора в умовах нової економіки.

Модель неконтрольованого олігархічного капіталізму характеризується високою часткою соціального цинізму, кризою недовіри бізнесу

і влади, дезінтеграції суспільства та соціальної ентропії [1; 6]: економісти-практики не виявляють прагнення до конструктивної взаємодії, оскільки впевнені, що оточені ворожими, егоїстичними і владними індивідами, групами та інститутами. В умовах такої дестабілізації реалізація інноваційних програм з використанням технократичного підходу вбачається нам сумнівною. Необхідний системний розвиток інноваційної культури з використанням інноваційних інструментів управління – інноваційного менеджменту й управління інноватикою.

Конкурентоспроможність і рентабельність сучасних мережевих корпоративних та фінансових структур базується на розвиненій корпоративній культурі [8; 9 – 11]. Сьогодні необхідна трансформація архітектури корпоративного середовища на користь інноваційної культури. Трансформація корпоративної культури в культуру інноваційну відбувається шляхом формування і досягнення цільової установки створення, освоєння та просування інновацій. Інноваційна корпоративна культура дозволяє не лише швидко адаптуватися до змін внутрішнього і зовнішнього середовища, але й отримувати позитивний ефект від цих змін.

Без інноваційної культури реалізація масштабної державної інноваційної стратегії приречена на стагнацію, що означає прийняття позиції аутсайдера національною економікою. Формування інноваційної культури має стати як одним з першочергових завдань держави та бізнесу, так і провідним інструментом моделювання нової інфраструктури відносин «бізнес-влада».

Для фінансових інститутів питання розвитку інноваційної культури стає визначальним в сучасних умовах. Інновації в фінансовому секторі, використовувані комплементарно опортуністичній поведінці привели світову фінансову систему до колапсу. А оскільки залежність від фінансових потоків корпоративного сектору зменшилась, необхідно виробити інструментарій формування інноваційної культури в галузі формування і розподілу фінансових потоків. У цьому випадку фінансова система стане транслятором інноваційної культури на всі елементи фінансового середовища.

Моделювання інноваційної культури багато в чому визначається її факторно-компонентним складом [6; 8]: інфраструктурою корпоративної (рівень технологій; джерела і якість матеріальних ресурсів; структура і якість фінансових ресурсів), якістю нематеріальних активів корпорації (якістю менеджменту; компетенціями персоналу; якістю людського капіталу; якістю процесного капіталу; лояльністю персоналу компанії), рівнем інноваційного потенціалу (рівнем сприйнятливості до інновацій, інструментами мотивації та розвитку людського потенціалу; ініціативністю розвитку).

Корпорації виступають концентраторами носіїв інноваційного потенціалу – певного типу

людей, іменованих пасіонар'ями, які є джерелом формування нової бізнес-еліти. У цьому контексті підтримка державою розвитку інноваційної культури корпорацій є потужним джерелом оновлення кадрового потенціалу національної економіки. Формування інноваційної культури корпорації багато в чому залежить від топ-менеджменту та його лідерського потенціалу. Креативні якості топ-менеджменту реалізуються у певному типі мислення, властивого для управлінців економіки знань [3; 6; 9; 11]: високий інтелектуальний потенціал, який перебуває в єдності з інноваційною лояльністю. Модель управління, на чолі якої стоїть такий менеджер, набуває ефекту синергії в інноваційному процесі, оскільки інноваційні технології не тільки тиражуються, але і приростають завдяки механізму креативного коучингу і партнерства.

Найважливішою складовою частиною ресурсів корпорації є людський капітал у вигляді запасу знань, навичок, здібностей та прагнень працівника, які обумовлюють результативність його праці і тим самим можуть впливати на зростання його доходів. Технократичний підхід до управління поступово поступається місцем людиноцентристському. Важливим при цьому є те, що управління має спиратися на систему цінностей персоналу й формувати спільні цінності інноваційної культури, які будуть внутрішнім ресурсом розвитку корпорації. При цьому необхідно поєднати дві системи мотивації: економічну і соціально-психологічну. В інноваційній економіці нематеріальні стимули виходять на перший план, однак недостатня економічна зацікавленість персоналу призведе до позширення опортунізму та розвитку рентоорієнтованості у відносинах.

Стимулюючі чинники, лояльні інноваційній культурі, повинні бути спрямовані на розвиток особистісного потенціалу співробітників. При цьому вони мають відповідати якості людського капіталу і рівню його людського потенціалу, в іншому випадку нівелююча система преміювання, котра вже стала традиційною, пригнічує ініціативу до розвитку. Заохочуватися повинні ті співробітники, які створюють навколо себе інноваційне поле, моделюючи нові стандарти діяльності, обумовлені цілями корпорації. Інноваційний заряд таких «ядер» корпоративних підсистем транслюється через соціальну мережу і перетворюється на стандарт.

Оцінюючи досвід «токсичних» або «вірусних» інновацій [2; 8; 10], слід зазначити, що для самоорганізації та саморозвитку елементів інноваційної культури необхідна висока зацікавленість. Велика частина інновацій в ході інноваційного процесу втрачає свою ефективність саме через відторгнення менеджментом. Тільки висока особиста зацікавленість може стати базисом для формування інноваційної культури.

Інноваційний процес в макромасштабі реалізується в динамічній єдності трьох секторів:

державного, корпоративного і приватного. Потік інновацій не може бути дискретним, оскільки загальний рівень розвитку інновацій складається з рівнів цих підсекторів. Для успішної реалізації політики формування інноваційної культури необхідний тристоронній вплив на інновації, необхідні для знаходження джерел саморозвитку.

Інновативний та інноваційний менеджмент сьогодні реалізується як взаємодія в соціальній мережі, а інноваційна культура виступає в ролі надсистеми в будь-якій формі організації бізнесу. Інноваційна культура повинна стати іманентною властивістю корпоративної структури, оскільки саме ідейне наповнення управлінського процесу є його потужним драйвером. Інноваційна культура корпорації – це перш за все система цінностей, що дозволяє поєднати цілі стейкхолдерів корпорації в реалізації інноваційного процесу. А оскільки корпорація є учасником соціальних та бізнес-мереж, то інноваційна культура транслюватиметься, перетворюючись на інститут.

Ефективна реалізація інноваційної стратегії національної економіки в якості соціального базису припускає формування та стійке відтворення інноваційної суспільної культури [3; 6; 8]. Людина як учасник соціально-економічної дійсності в процесі діяльності перетворює навколишнє середовище, переносючи частину свого людського капіталу на процес виробництва і на сам продукт. Таким чином, в економіці знань інноватику не слід вузько трактувати як науку про процес створення нових технологій, а слід також враховувати соціальні, економічні, психологічні й інші фактори, що визначають ефективність та якість інноваційного процесу.

Для збереження вектору інноваційного розвитку національної економіки необхідна її орієнтація на принципово нові технології, причому не тільки виробництва, а й усієї системи управління соціально-економічними процесами. Застосування старих технологій в нових умовах конгруентне застосуванню нових технологій без модернізації інфраструктурної складової, що унеможлиблює досягнення поставленої мети, створюючи зайве адміністративне та фінансове навантаження на економіку. Нові технології повинні стати «проривними» інноваціями, які виведуть економічну систему і підсистеми на принципово новий рівень резистентності до деструктивних віртуальних процесів. Проривні інновації можуть забезпечити самодостатність національної економіки, не виключаючи її інтеграцію до світової економічної системи. Причому такого роду інновації повинні відбуватися у середовищі, котре стало джерелом кризи, тобто у фінансовій системі.

Цільове середовище для впровадження інновації може істотно, а іноді й діаметрально, змінити ефект нововведення. Це пояснюється тим, що при імплікації інновації відбувається конфлікт традиційних закономірностей і нових,

поки ще чужорідних, процесів. Трансляційна функція інноваційної культури пов'язана з часовою та просторовою транслітерацією усталених типів інноваційної поведінки, які пройшли апробацію в корпоративному секторі і набули ціннісного забарвлення в соціумі [5-7].

Селекційна функція інноваційної культури розкривається в процесі відбору новостворених або запозичених інноваційних поведінкових моделей, які найбільшою мірою відповідають потребам суспільства на певному етапі його розвитку. У процесі реалізації інноваційною культурою своєї «стрижневої» (власне інноваційної) функції розкриваються креативні можливості соціокультурного механізму.

Вони проявляють себе у виробленні нових типів інноваційної поведінки на основі зразків інноваційної діяльності, які виникли всередині самої культури або були щеплені ззовні. Якість виконання інноваційної функції визначається ступенем органічності інституціоналізованих інноваційною культурою поведінкових моделей по відношенню до сформованої в даному суспільстві структури економічних, політичних, культурних та інших відносин.

При високому рівні інноваційної культури суспільства в силу кореляції, взаємозалежності її частин, зміна однієї складової викликає швидку зміну інших. Значну роль відіграє також розвиток освітніх технологій в їх тісному зв'язку з науково-дослідною діяльністю. Необхідно через систему виховання та освіти створити потребу до інновацій у економічних агентів, прагнення до пошуків. Потрібно стимулювати інноваційний запит від виробничої сфери до науки, але не розгортати науку в бік виробництва. Слід розробити механізм формування конструктивного ставлення до нововведень в суспільстві, закласти основи для здорової конкуренції. Важливу роль тут могли б зіграти засоби масової інформації.

Висновки з проведеного дослідження. Інноваційна культура як особлива форма людської культури припускає щільний взаємозв'язок з іншими її формами, перш за все з правовою, управлінською, підприємницькою, корпоративною. Через інноваційну культуру можна домогтися істотного впливу на всю культуру професійної діяльності і виробничих відносин. При інтернаціональній сутності інноваційної куль-

тури, зусилля щодо її розвитку мають спиратися на культурні традиції країни і певної сфери діяльності. Вона може озброїти практику методами оцінки та способами використання нововведень, здатних заподіяти шкоду людині, суспільству, природі. З урахуванням викладеного видається, що інноваційна культура володіє як могутнім антибюрократичним, так і творчим зарядом для розвитку креативного лідерства. Стратегічний ресурс нової економіки – це інноваційна культура.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Амоша О. Інноваційний шлях розвитку України: Проблеми та рішення / О. Амоша // Економіст. – 2005. – № 6. – С. 28-32.
2. Андрощук Г. Інноваційна діяльність в Україні: економічний механізм стимулювання / Г. Андрощук // Інтелектуальна власність. – 2000. – № 12. – С. 23-30.
3. Богоявленська Ю. В. Людський розвиток як наукова інституція управління персоналом / Ю. В. Богоявленська // Перспективи становлення конкурентоспроможної регіональної економіки : матеріали шостого Пленуму Спільки економістів України. – Київ : Аратта, 2007. – С. 234 – 236.
4. Гальчинський А. С. Інноваційна стратегія українських реформ [Текст] / А. С. Гальчинський, В. М. Геєць, А. К. Кінах. – К. : Знання України, 2002. – 336 с.
5. Корпоративні структури в національній інноваційній системі України / [Федулова Л. І., Осецький В. Л., Гончаров Ю. В.]; за ред. Л. І. Федулової. – К. : УкрІНТЕІ, 2007. – 812 с.
6. Наймушин П. В. Корпоративные отношения и формирование инновационной культуры / П. В. Наймушин, В. Н. Астальцев // Экономический вестник Ростовского государственного университета : сб. науч. труд. – 2008. – № 2. – С. 112-119.
7. Назарова Г. В. Організаційні структури управління корпораціями : монографія / Г. В. Назарова ; Харківський державний економічний університет. – Харків : Видавництво ХДЕУ, 2004. – 408 с.
8. Павленко Ю. Г. Корпоративная экономика в институциональном контексте [Текст] / Павленко Ю. Г. – М. : РАН, Ин-т экономики, 2002. – 171 с.
9. Редькин А. С. Новые подходы к управлению на основе самоорганизации / А. С. Редькин, Я. П. Квач, В. Реген // Экономические инновации : сборн. научн. работ. – Вып. 31 : Инновационные технологии мониторинга и регулирования поведением экономических систем. – Одесса : Ин-т проблем рынка и экономико-экологических исследований НАН Украины, 2007. – С. 8-17.
10. Шапошников К. С. Креативне корпоративне управління : теорія і практика : монографія / К. С. Шапошников ; Херсонський державний університет. – Херсон : Видавництво ХДУ, 2010. – 256 с.
11. Шапошников К. С. Корпоративне управління сучасними бізнес-структурами: теорія і практика розвитку мереж : монографія / К. С. Шапошников, В. В. Коваль, Я. П. Квач ; Одеський інститут фінансів УДУФМТ. – Одеса : Евен, 2012. – 312 с.