

Р.О. НЕСТЕРЕНКО, старший викладач, НТУ «ХП»;

С. О. ЮЩЕНКО, студент, НТУ «ХП»

ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ

У статті розкрито сутність інноваційної культури та її значення в розвитку інноваційної діяльності підприємства. Визначено місце інноваційної культури у інноваційній системі підприємства її вплив на персонал та інформаційне середовище. Виділено основні завдання розвитку ефективної інноваційної культури.

Ключові слова: інноваційна культура, інноваційна діяльність, інноваційна система, інформаційне середовище.

Вступ. У час конкуренції, стрімкій інформатизації суспільства, важливим чинником ефективного розвитку підприємства є створення і реалізація інновацій, які досягаються завдяки ефективній інноваційній культурі. Інноваційна культура забезпечує динамічне поширення винаходів і нових ідей, використовує творчий потенціал персоналу поряд з фінансовими методами стимулювання інноваційної діяльності. Тому комерційний успіх підприємства залежить від ефективності інноваційної системи, у якій працює творчий персонал. За цих умов виникає необхідність якісного дослідження розвитку інноваційної культури, її впливу на інноваційну систему підприємства, можливостей і удосконалення її стану з метою адаптації до сучасних умов.

Аналіз основних досліджень та літератури. Питанням визначення сутності інноваційної культури, її формування і розвитком на підприємстві присвятили свої праці вітчизняні та закордонні науковці зокрема, С.Биконя, Г. Захарчин, А. Ніколаєв, Л. Холодкова, Б. Брайант, Л. Брайан, К. Камерон, Р. Куїнн, К. Девіс, Е. Шейн та інші. Не зважаючи на дослідження та публікації з питань інноваційної культури, деякі положення залишаються поза увагою авторів. У розумінні Л.А. Холодкової «інноваційна культура - це сфера духовного життя людини, що відображає ціннісну орієнтацію, яку закріплено в мотивах, знаннях, уміннях, навичках, зразках і нормах поведінки, і забезпечує сприйняття нею нових ідей, її готовність і здатність до підтримки й реалізації нововведень у всіх сферах життя.»[1]. Л.В. Овсянкін затверджує інноваційну культуру як «процес і продукт інноваційної діяльності, тобто сукупність того, що інноватор створює і як він це створює» [2]. Л.А. Холодкова, Л.В. Овсянкін та інші автори розглядають інноваційну культуру, як суто соціально-культурний феномен, але Жовнір Н.М. затверджує [3], що це економічний феномен. Він порівнює інноваційну культуру з витратами на удосконалення процесу виробництва, технологій, економії трудових і матеріальних ресурсів для забезпечення конкурентоспроможності підприємства на ринку.

Так, на нашу думку потребує більшого розгляду сутнісне поняття інноваційної культури підприємства, її призначення та функції. Слід приділити увагу її впливу на діяльність підприємства, місце у розвитку, обґрунтуванню конкретних напрямків

оцінки стану інноваційної культури. З огляду на все це, питання інноваційної культури теоретично актуальне і має суттєве значення з практичної сторони.

Постановка проблеми. У сучасній стрімкій інформатизації суспільства, важливим чинником, що дозволяє забезпечити динамічне поширення винаходів і нових ідей та прискорити темпи втілення інноваційного досвіду у всі сфери діяльності підприємств стає інноваційна культура. Від здатності управлінців балансувати між творчістю та ефективністю, їх інноваційної культури залежить комерційний успіх підприємства. За цих умов виникає необхідність якісного дослідження формування інноваційної культури, її впливу на результати управління, можливостей розвитку і удосконалення її стану.

Метою статті є дослідження поняття «інноваційної культури» особливостей її формування та розвитку на підприємстві через визначення соціально-економічних чинників. Також необхідно актуалізувати її значення для забезпечення розвитку інноваційної діяльності підприємства.

Матеріали досліджень. Економічний розвиток держав та підприємств у наш час все більше перетворюється на змагання технологій, а найдорожчим товаром стає продукт інтелектуальної діяльності, який виробляється у наслідок інноваційної діяльності.

Інноваційна діяльність -- діяльність, спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок, випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів і послуг [4].

У сфері управління інноваційною діяльністю потребує зменшення впливу бюрократії, підвищення ефекту від впровадження новітніх технологій і винаходів, щоб оптимізувати зв'язок між традиціями та інноваціями, взаємовідносинами підрозділів і окремих працівників. Стимулювання креативних здібностей персоналу та підвищення ділової активності підприємства вирішуються завдяки інноваційної культури.

Так, інноваційна культура – це система взаємовідносин усіх суб'єктів інноваційної системи підприємства і держави, яка пов'язана з стимулюванням креативного мислення, реалізацією інноваційного потенціалу особистості і підприємства, а також оптимізацією всього інноваційного процесу – від продукування (генерування) інноваційних ідей до їх комерціалізації [5].

Головною ознакою реалізації інноваційної культури на підприємстві є наявність систем стимулювання, відкритих комунікаційних та інформаційних мереж, а також командна організація праці.

Ефективність інноваційною культури залежить від тісного взаємозв'язку з інноваційною системою підприємства. Інноваційну систему можна охарактеризувати як відкриту систему, яка отримує ресурси ззовні і продукує всередині організації, та як комплексну систему, елементи якої пов'язані між собою і залежать один від одного. В інноваційну систему підприємства входять лише ті елементи, зв'язки між якими є принципово необхідними і важливими, стійкими і взаємозалежними. Цілісність всієї інноваційної системи підприємства забезпечують трудові ресурси та процеси.

Забезпечувати ефективну інноваційну систему повинні талановиті працівники, які будуть генерувати ідеї. Такі ідеї можуть складати інновації, при умовах

розвинутого інформаційного середовища. Виходячи з викладеного раніше визначаємо, що основним завданням інноваційної культури на підприємстві є встановлення балансу наступних складових рівнів. (див. рис.)



Рис. – Складові рівні інноваційної культури на підприємстві

Сильна інноваційна культура та персонал підприємства здійснюють самоконтроль. Який призводить не тільки до високої ефективності їх роботи, але й регламентує функціонування підприємства, зменшуючи кількість конфліктів та професійних непорозумінь.

На керівництво інноваційною культурою впливають, такі фактори:

1. самоконтроль персоналу;
2. процеси основної діяльності, що впливають на інноваційну культуру;
3. інформаційне-комунікаційне середовище;
4. цілеспрямований стиль управління.
5. ефективне лідерство менеджера серед персоналу підприємства.

Звернемо увагу на ступінь значимості інформації, яка вміщується у інформаційно-комунікаційне середовище, у якій функціонує підприємство. Саме воно впливає на ефективність підприємства. Для створення інноваційного середовища треба трансформувати всі традиційні для підприємства види діяльності, включаючи виховну, керівничу, науково-дослідницьку, діяльність по підготовці і підвищенню кваліфікації персоналу, та діяльність по взаємодії з зовнішнім середовищем.

Проте якщо звужити інформаційний простір до розмірів підприємства, то є можливість представити його елементи та параметри.

Коли ми визначаємо параметри інформаційного середовища, то використовуємо термін щільність інформаційного середовища.[6]

Її визначають параметричні складові, збалансовані між собою:

1. Обсяг інформаційних ресурсів та різноманітність джерел інформації;

2. Засоби доступу к інформаційним джерелам;
3. Швидкість інформаційних потоків;
4. Програмні засоби пошуку, обробки, систематизації та аналізу інформації.

Чим більше різноманітних джерел інформації, тим легше засоби доступу до неї, чим багатшим є програмний арсенал пошуку та аналізу, тим швидше щільність інформаційної середи.

Результати досліджень. Таким чином, завданнями інноваційної культури в системі інноваційної діяльності підприємства є:

1. оптимізація кадрового, науково-технічного, виробничого, фінансового, а отже інноваційної діяльності підприємства;
2. виявлення творчих здібностей, талантів, розвиток і реалізація креативного потенціалу працівника;
3. стимулювання процесу генерації інноваційних ідей;
4. оптимізація інноваційних процесів на підприємстві;
5. створення та реалізація інноваційних проектів;
6. формування і впровадження інноваційних стратегій розвитку підприємства;
7. ефективне інформаційне середовище;
8. ліквідація бар'єрів всередині організаційної структури підприємства для вільної комунікації і передачі інформації;
9. ефективне лідерство менеджера серед персоналу підприємства;
10. створення іміджу підприємства.

Висновки. Слід відзначити важливе місце інноваційної культури в управлінні підприємством, вплив якої виявляється у формуванні ефективної інноваційної системи з інформаційним середовищем при цьому реалізується налагоджена командна праця персоналу.

Отже, роль інноваційної культури в розвитку інноваційної діяльності підприємства виявляється у тому, що вона: виконує функцію стимулятора творчої думки, виявляє творчі здібності, таланти, розвиває і реалізує креативний потенціал працівника; створює та реалізує умови для ефективної реалізації інноваційних проектів; забезпечує формування і впровадження інноваційної стратегії розвитку підприємства; призводить до оптимізації кадрової, науково-технічної, виробничої, фінансової, а отже інноваційної діяльності підприємства.

Список літератури: 1. Холодкова Л.А. Инновационная культура субъектов профессионального образования: концепция, условия формирования / Л.А. Холодкова // Инновации. – 2005. -- № 7. - С. 4-15. 2. Овсянкіна Л. Інноваційні процеси особистісно орієнтованого навчання у системі вищої освіти / Л. Овсянкіна // Педагогіка і психологія професійної освіти. – 2005. -- № 5. – С. 7-14. 3. Жовнір Н.М. Управління організаційною та інноваційною культурою в системі регіонального розвитку // Економіка і регіон. – 2004. - № 1(2). – С.45-47. 4. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 04 липня 2002 року № 40-IV. 5. Захарчин Г.М., Андрійчук О.Я. Концептуальна модель інноваційної культури підприємства // Наук. Вісник НЛТУ України: Зб. Наук.-техн. Праць. – Львів: НЛТУ України. – 2008, вип.. 18.8. – С. 272 – 278. 6. Вольвач В.Г. Структура инновационной культуры ВУЗА и информационная среда /В.Г.Вольвач.// Инновационное образование и экономика. - №6/17.. – Омск: изд-во ОмЭИ, 2010г. – 100с.

Надійшла до редколегії 25.04.2013

УДК 658.589 (477)

Дослідження розвитку інноваційної культури/ Р.О. Нестеренко, С. О. Ющенко// Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва: НТУ «ХПІ», 2013. – № 46(1019) - С.88-92 - Бібліогр.: 7 назв.

В статті раскрыто сутність інноваційної політики і її значення в розвитку інноваційної діяльності підприємства. Визначено місце інноваційної культури в інноваційній системі підприємства, її вплив на персонал і на інформаційне середовище. Виділено основні завдання розвитку ефективної інноваційної культури

Ключевые слова: інноваційна культура, інноваційна діяльність, інноваційна система, інформаційне середовище

In the article the essence of innovation policy and its importance in the development of innovative enterprise. The place of a culture of innovation in the innovation system of the enterprise and its impact on staff and the Information Environment. The basic job of an effective innovation culture.

Keywords: innovation culture, innovation, system innovation, information environment

УДК: 338.242.2

А.В.ГРИНЬОВ, д-р екон. наук, професор, НТУ «ХПІ»

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДІВНОГО КОМПЛЕКСУ

У статті розглянуто та наведено основні підходи до визначення базових понять маркетинг-менеджменту. Обґрунтовано актуальність стратегічного управління з позицій маркетингу та запропоновано модель процесу маркетинг-менеджменту підприємства, як концепції управління підприємством в конкурентному середовищі.

Ключові слова: маркетингова стратегія, стратегічне управління, стратегічний маркетинг, маркетинг, менеджмент.

Постановка проблеми.

В умовах висококонкурентного ринку та швидких змін зовнішнього середовища підприємство повинно мати таку систему управління, яка б забезпечила оптимальне співвідношення об'єму та структури виробництва продукції об'єму споживчого попиту та достатню конкурентоспроможність в цілому. Саме тому особливо актуальним є обґрунтування формування та вибору стратегії функціонування та розвитку підприємства, тобто процесу стратегічного управління суб'єктом господарювання. Трансформаційний період в економіці створив необхідність у використанні нових підходів і методів до стратегічного управління. Сьогодні більшість вчених поділяють погляд щодо невіддільності маркетингу від управлінського процесу.

У зв'язку з цим досить актуальним стає розглядання сутності управління з позицій маркетингу, тобто маркетинг менеджменту як концепції управління в конкурентному середовищі.

© А.В.Гриньов, 2013