

УДК 331.5

Кодацька Н.О.
кандидат соціологічних наук,
доцент кафедри економіки та соціально-трудових відносин
Університету митної справи та фінансів

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОВЕДІНКИ НА СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

THE FEATURES OF FORMING INNOVATIVE BEHAVIOR OF A MODERN UKRAINIAN ENTERPRISE

АНОТАЦІЯ

У статті розглянуто особливості формування інноваційної поведінки персоналу та формування команд для генерування інновацій. Розкрито механізм опору інноваціям на сучасному підприємстві. Досліджено способи оптимізації інноваційних процесів на підприємстві. Проведено аналіз основних етапів інноваційної поведінки та моделей створення нових знань. Визначено базові принципи організації діяльності сучасного інноваційного підприємства.

Ключові слова: впровадження нововведень, інноваційна діяльність, процес оптимізації, створення нових знань, стратегії інноваційної поведінки.

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены особенности формирования инновационного поведения персонала и формирования команд для генерирования инноваций. Раскрыт механизм сопротивления инновациям на современном предприятии. Исследованы способы оптимизации инновационных процессов на предприятии. Проведен анализ основных этапов инновационного поведения и моделей создания новых знаний. Определены базовые принципы организации деятельности современного инновационного предприятия.

Ключевые слова: внедрение нововведений, инновационная деятельность, процесс оптимизации, создание новых знаний, стратегии инновационного поведения.

ANNOTATION

The features of forming innovative behavior of staff and forming of teams for generation of innovations are considered. The mechanism of resistance to innovations in a modern enterprise is revealed. The ways of optimization of innovative processes at the enterprise are investigated. The analysis of the main stages of innovative behavior and models of creating new knowledge is carried out. The basic principles of organizing activity of modern innovative enterprise are determined.

Keywords: introduction of innovations, innovative activity, process of optimization, creation of new knowledge, strategy of innovative behavior.

Постановка проблеми. Формування розвинутого суспільства потребує здійснення ефективної інноваційної політики на всіх рівнях (від підприємства до держави загалом). Аналіз світової практики показує, що підтримка рівня та інтенсивності інноваційних процесів в економіці розглядається як вирішальна умова її структурної перебудови. Саме завдяки сприянню інноваційному розвитку підприємств та організацій можна досягти стабільних темпів економічного зростання.

Роль інноваційної діяльності на підприємстві в сучасних ринкових умовах є надзвичайно важливою. Інноваційна поведінка працівників є базовим елементом конкурентоспроможності, оскільки визначає шляхи найкращого

реагування на зовнішнє середовище, дає змогу зосередити зусилля на покращенні всіх процесів життєдіяльності підприємства. Інноваційна діяльність є невід'ємною складовою виробничо-господарської діяльності підприємства, основною метою якої є оновлення і вдосконалення виробничих сил, а також організаційно-економічних відносин підприємств та організацій будь-якої форми власності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню різних аспектів проблеми інноваційного розвитку економіки присвячено науковій праці багатьох вітчизняних і зарубіжних вчених, таких як, зокрема, І. Балабанов, С. Валдайцев, О. Василенко, А. Власова, М. Йохна, Р. Фатхутдинов, Д. Черваньов. Питанням управління інноваційною діяльністю підприємства присвячені роботи таких науковців, як І. Ансофф, Й. Шумпетер, А. Чандлер, М. Денисенко, М. Алексєєва, О. Богомолова, В. Пономаренко. Інноваційна культура такими дослідниками, як І. Андрос, С. Биконя, Т. Давіла, Дж. Епштейн, Б. Санта, Г. Тернквіст, А. Ніколаєв, Р. Шелтон, розглядається на рівні стратегічного ресурсу розвитку сучасної економіки.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проблеми впровадження інновацій та інноваційного розвитку сучасних підприємств потребують ґрунтовного вивчення, оскільки деякі аспекти планування та управління інноваційною діяльністю вимагають уточнення і подальшого розвитку. Водночас необхідно відзначити, що досліджень, спеціально присвячених аналізу впливу опору інноваціям на ефективність формування інноваційної поведінки на сучасному українському підприємстві, сьогодні недостатньо, що викликає необхідність зосередитись на цьому питанні сильніше.

Мета статті полягає в розкритті особливостей формування інноваційної поведінки персоналу, дослідженні механізму опору інноваціям на сучасному підприємстві, а також проведенні аналізу основних етапів інноваційної поведінки та моделей створення нових знань з метою визначення базових принципів організації діяльності сучасного інноваційного підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Головною метою будь-яких інновацій є перетворення світу відповідно до певних особливих

поглядів чи ідеалів. Створення нових знань означає безперервне перетворення організації і кожного її члена, впровадження персонального та організаційного самовідновлення. На сучасному підприємстві винахід нових знань не є спеціальним завданням, а є моделлю поведінки і своєрідним способом буття, коли кожен співробітник є виробником знань.

У пошуку причин економічного успіху одних і відставання інших країн видатний австрійсько-американський економіст і соціолог Й. Шумпетер дійшов висновку, що шлях до досягнення прогресу лежить у площині підприємницької діяльності й економічного розвитку, заснованого на широкому впровадженні нововведень у соціально-економічну практику й швидкої дифузії інновацій [1, с. 46]. В соціологічному словнику інноваційна поведінка визначається як форма соціальної поведінки, у якій реалізуються здатність особи орієнтуватися на мету розвитку, виявлення ініціативи, формування пошуку способу життя, вихід її активності за межі звичного соціально-економічного контексту життєдіяльності [2, с. 24]. Виділяються такі стратегії інноваційної поведінки, як самостійна розробка інновацій та їх активне впровадження в життя; активність під час впровадження нововведень; участь у реалізації інновацій без виявлення самостійної активності, яка може зникнути з появою труднощів; пасивне здійснення нововведень. Вибір конкретної стратегії інноваційної поведінки залежить не тільки від особливостей особистості окремого працівника, але й від загальної спрямованості діяльності підприємства.

І. Петровою та Т. Шпильовою виділено такі основні риси інноваційної поведінки [3, с. 217]:

1) цілеспрямованість як прагнення до суспільно значущої мети;

2) вмотивованість як властивість особи зацікавлено та дієво ставитися до пошуку нового, удосконалення наявного;

3) цілісність, під якою розуміється повнота репрезентації особистісних властивостей і рис, що забезпечують здатність особи виступати в ролі суб'єкта перетворюючої діяльності;

4) організованість, вміння підпорядкувати себе певному порядку виконання дій відповідно до заздалегідь розробленого та встановленого плану;

5) результативність, продуктивність, ефективність.

Таким чином, інноваційна поведінка в будь-якій організації – це система дій і вчинків працівників у ході впровадження нововведень, а також їхня реакція на умови інноваційної діяльності та її складові. Інноваційна поведінка пов'язана з прийняттям нестандартних рішень, які змінюють соціальні відносини на різних рівнях організації, руйнують усталені стереотипи поведінки. Індивіди та групи відповідним чином реагують на інноваційний процес та інноваційну ситуацію. Основні прояви

інноваційної поведінки позначаються такими категоріями:

– інноваційні настрої (визначаються співвідношенням готовності та неготовності до змін);

– культура й антикультура інновацій (визначаються стилем управління, професією, кваліфікацією);

– інноваційна конфліктність (інновації часто бувають невігідними для певної частини персоналу і призводять до конфлікту);

– соціальна інерція (запізнена реакція на ситуацію);

– оптимізм та песимізм в інноваціях;

– інноваційні очікування;

– мода на інновації.

Нові знання завжди починаються з особистості, саме тому дослідник повинен мати інтуїцію, яка спричиняє створення нового продукту. Інтуїція дослідника щодо можливих змін ринку стає катализатором для важливої концепції нового продукту, адже знання особистості трансформуються у знання організації, які є необхідними для організації як цілісності. Створення умов, за яких особистісні знання стають доступними для інших, є основним завданням сучасного українського підприємства, що стимулює інноваційну поведінку своїх співробітників. Цей процес повинен відбуватися безперервно і на всіх рівнях підприємства, а також може набувати різних форм.

Виділяють декілька основних виявів впливу інноваційної поведінки на хід інноваційних процесів: вибір за певними критеріями певних нововведень для впровадження їх у виробництво або відмова від нього; вибір варіанта реалізації нововведення і його здійснення; демонстрація певного рівня ініціативи під час впровадження нововведення; здійснення певних дій, що створюють технологію впровадження; активність або пасивність у подоланні труднощів, які виникають у процесі впровадження. Для оптимізації інноваційних процесів на підприємстві необхідно стимулювати активну позицію співробітників в ході впровадження інновацій [4].

Точні знання є формальними та систематичними, тому отримують значного поширення за допомогою специфікації продукту, наукової формули чи комп'ютерної програми. Але початковим етапом створення інновації є інший вид знань, які можна охарактеризувати як невіражені, невербальні, індивідуальні, такі знання важко формалізувати і поширити. Можна стверджувати, що невербальні знання глибоко втілюються у самій праці на індивідуальному рівні у вигляді специфічної професії, особливої технології чи ринкового продукту. Різниця між невербальними і точними знаннями ілюструється чотирма моделями створення нових знань в будь-якій організації [5, с. 152].

1) Від невербального до невербального. Окремі індивіди поширюють невиражені знання через інших. Наприклад, коли дослідник

І. Танака вирішила опанувати досвід висококваліфікованого пекаря, вона вивчала його невиражені навички за допомогою спостереження, імітації і практики. В результаті ці навички стали частиною її власної бази знань.

2) *Від точних до точних.* Особистість може комбінувати і поєднувати фрагменти точних знань, намагаючись створити нове ціле. Наприклад, коли ревізор збирає інформацію щодо всієї організації і подає її у фінансовому звіті, то цей звіт стає новим знанням завдяки систематизації та узагальненню інформації, отриманої з багатьох джерел.

3) *Від невербального до точного.* Невиражені індивідуальні знання конвертуються у точні, завдяки чому стають придатними для сильного поширення. Наприклад, якщо ревізор замість того, щоб просто скласти фінансовий звіт для компанії, розробляє новий підхід до контролю коштів, заснований на його власних невиражених знаннях.

4) *Від точного до невербального.* Точні знання поширюються в організації, персонал якої використовує їх для розширення, зміцнення власних невиражених знань, інтуїції. В організації, що створює знання, всі ці чотири напрями мають співіснувати у динаміці.

Необхідно відзначити, що класична форма інноваційної поведінки передбачає такі етапи [6]:

1) залучення суб'єктами інноваційної поведінки причіпників – осіб, згодних з необхідністю змін; чим актуальніше проблема, тим більше індивідів, згодних з її вирішенням (так звана пасивна більшість);

2) рекрутування активних причіпників, зацікавлених у змінах (як правило, активна меншість);

3) нейтралізація опозиції, незацікавленої в нововведеннях організації;

4) пошук та формування організаційних методів досягнення цілей реконструктивних змін;

5) мобілізація людського фактору, пошук необхідних ресурсів і започаткування процесу впровадження.

Фундаментальним принципом організації діяльності сучасного інноваційного підприємства є свідоме перевантаження персоналу інформацією, активністю та відповідальністю. Відповідна побудова організації є першим кроком в управлінні створенням знань, адже певне дублювання є важливим фактором, оскільки воно стимулює і породжує постійні комунікації. Це допомагає створенню загальних засад для пізнання серед працівників і полегшує перенесення невербальних знань. Дублювання також поширює нові точні знання в межах всієї організації, що робить можливим їх інтернаціоналізацію працівниками.

Однією з ефективних стратегій для стимулювання інноваційної поведінки персоналу є формування команд для розробки нового продукту за принципом внутрішнього змагання

[7, с. 176]. Команди розподіляються на конкурентні групи, які займаються пошуком нових підходів до одного проекту, а потім обговорюють переваги і недоліки вироблених пропозицій. Це заохочує команди виробляти найкращі і зрозумілі для всіх рішення. Інший спосіб стимулювання інноваційної поведінки персоналу полягає в стратегічній ротації працівників, особливо між двома різними галузями технологій і функціями. Ротація допомагає працівникам зрозуміти справу з багатьох позицій, робить організаційні знання повнішими, спрощує їх втілення на практиці.

Інноваційна поведінка певним чином спрямована на подолання перешкод, опозиційних настроїв і думок, тому вона може викликати відчуття дискомфорту. Інноваційна поведінка характеризується великими ризиками, відповідальністю, невизначеністю, непередбачуваністю. Дискомфортний характер інноваційної поведінки зумовлює вибір людиною певних її стратегій. Через це виокремлюють три основні групи працівників, таких як активні новатори, працівники з середньою активністю і консерватори [8, с. 211].

Отже, природа людини як такої, її прагнення до стабільності та небажання змін приводять до того, що часто нововведення не сприймаються та відторгаються персоналом, які не бажають виявляти творчі здібності та брати участь в інноваційних процесах. В результаті інноваційна діяльність реалізується з низькою ефективністю, перевищуються витрати на здійснення нововведень, не досягається очікуваний результат, збільшуються ризики підприємства тощо. Таким чином, в організації може виникнути проблемна ситуація, коли інноваційна діяльність не може бути здійснена через психологічну неприйнятність інновацій, недостатню мотивацію та відсутність необхідних компетенцій, які загалом визначають здатність до творчої праці. Це зумовлює необхідність зміни підходів до управління інноваційною діяльністю організації, яка відрізняється від функціональної своєю нестабільністю, високим ступенем ризику, визначальною роллю персоналу [9, с. 33]. Проте сьогодні існує необхідність перепрофілювання саме на інноваційні послуги та інноваційні організації, адже сучасний науково-технічний прогрес є неможливим без інтелектуального продукту, одержуваного в результаті інноваційної діяльності.

Працівники по-різному реагують на нововведення, що залежить від особистісного ставлення до змін, зумовленого їх позитивною чи негативною оцінкою. У процесі запровадження будь-якого обґрунтованого нововведення утворюється принаймні п'ять груп людей, які по-різному реагують на зміни, а саме противники, скептики, нейтралі, прихильники та ентузіасти [10, с. 192].

1) *Противники.* Вони негативно ставляться до нововведень, віддають перевагу традиційним

методам, способам, формам роботи. Іноді чинять опір конкретному нововведенню, намагаються залучити до цього і тих, хто ще повністю не визначився.

Причинами опору нововведенням можуть бути особистісний інтерес, нерозуміння і дефіцит довіри, різне оцінювання ситуації, низька терпимість до змін, тиск колег, втома від змін, попередній невдалий досвід змін. Визначено певні способи подолання опору інноваціям.

– Просвіта та поінформованість співробітників. Інформування про інновації до того, як вони відбудуться, можливість співробітників з'ясувати проблемні питання, висловити побоювання щодо передбачуваної зміни, відкрите спілкування і взаємодія допомагають їм усвідомити необхідність змін, відчути, що у прийнятті рішення щодо них враховано і думку колективу.

– Участь і залучення людей до обговорення інновацій. Свідченням цього є готовність ініціаторів змін вислухати осіб, яких вони торкаються, використати їхні поради. Цей підхід є ефективним, якщо ініціатори змін потребують додаткової інформації та підтримки тих, кого вони стосуватимуться.

– Допомога та підтримка. Вони залежать від типу перетворень, можуть охоплювати навчання новим навичкам, управління стресом, обговорення спільних проблем, конкретну підтримку співробітників, котрі потребують допомоги.

– Переговори та угоди. Таку тактику з окремими індивідами чи групами застосовують, коли інновації можуть поставити конкретних працівників у невідгідне їм становище.

2) *Скептики або вербальні противники.* Вони на словах виявляють незадоволення інноваціями, однак за власною ініціативою не вдаються до жодних практичних дій, які можуть унеможливити зміни.

3) *Нейтралі.* Ця категорія працівників байдуже ставиться до будь-яких змін та нововведень. Вони вважають, що інновації не вплинуть на їх трудову діяльність взагалі або вплинуть тільки незначною мірою.

4) *Прихильники.* Вони схвалюють і на словах підтримують нову ідею, однак у конкретній справі малоініціативні. Іноді у них виникають сумніви щодо ефективності й актуальності конкретного варіанта проекту.

5) *Ентузіасти.* Як ініціатори або активні прихильники змін вони підтримують їх і на словах, і на практиці. Своїми ідеями намагаються залучити до нової справи якомога більше людей в організації.

Готовність співробітників підприємства до впровадження інновацій надзвичайно важлива, тому виокремлення конкретних груп працівників, які відрізняються своїм ставленням до змін, дає можливість чітко визначити готовність організації до впровадження нововведень.

Таким чином, в інноваційний період працівники можуть стати не тільки прихильниками,

але й супротивниками інновації. Звідси випливають два можливі сценарії поведінки працівників у період нововведень, а саме сприйняття або схвалення інновації та опір інновації. Обидві позиції щодо інновацій обумовлені певними причинами, оскільки організаційне сприйняття інновацій співвідноситься з явищем адаптації до змін, а сприйняття новизни як такої носить виключно суб'єктивний характер. Соціальний суб'єкт стає прихильником інновації, коли може адекватно оцінити стан навколишнього середовища і спрогнозувати свій стан в контексті інноваційного процесу в термінах придбання, а саме втрати соціальних переваг. Подібний феномен отримав назву інноваційного сприйняття, яке може розвиватися в індивіда у процесі придбання ним нових знань і перегляду своїх цінностей, установок, очікувань. Інноваційну можливість також можна визначити як особливе уявлення суб'єкта, пов'язане з переживанням того, наскільки сприятливо складаються для нього ситуації, а також суб'єктивною оцінкою можливості покращення своїх соціальних параметрів [11, с. 102].

Плідність процесу впровадження інновацій обумовлена наявністю обдуманих планів і стратегій, що виробляються агентами нововведень, визначається для кожної особистості залежно від її творчих здібностей і базових потреб. Отже, можна зробити висновок про те, що інновація – це певна декларована ідея чи система ідей про те, як повинна бути змінена поведінка індивідів для того, щоб вирішити наявні в організації проблеми або поліпшити якість її функціонування.

Проте існують загальносистемні суперечності, що викликають опір нововведенням на сучасних підприємствах [12, с. 68]:

1) коли інноваційні зміни порушують стабільність у функціонуванні системи, її врівноважений стан, до якого вже звик персонал;

2) якщо нововведення викликають так звану вторинну хвилю наслідків, яка потребує нових, масштабніших інновацій, посилює ризик, відповідальність;

3) коли несхожі різноманітні умови локального характеру ведуть до різних кінцевих результатів інновацій, заважають синхронному їх втіленню;

4) якщо порушення міри нововведень приводить систему до стану, коли вона не здатна засвоїти їх;

5) якщо є розрив між початковими і кінцевими стадіями інновацій;

6) коли соціальні параметри життя і праці від певних інновацій погіршуються.

Для формування певної системи протидії впровадженню інновацій існують психологічні, організаційні, економічні й соціальні причини. Видатним соціологом А. Пригожиним було класифіковано причини неприйняття та супротиву інноваціям в організаціях різного типу.

До психологічних причин неприйняття інновацій належать:

- нерозвинена кінцева мотивація, коли орієнтація на запобігання невдачам є сильнішою, ніж орієнтація на досягнення успіху;
- так званий місцевий патріотизм, який виникає на базі неприйняття всього того, що не створено в межах своєї організації;
- недовіра до молодих спеціалістів-новаторів, що пропонують нові ідеї та технології.

До соціальних причин опору інноваціям відносяться:

- зацікавленість у збереженні наявного;
- статусна незабезпеченість переходу до інновацій.

До організаційних причин опору нововведенням належать:

- необхідність численних узгоджень;
- монопольне становище керівних установ та організацій;
- дефіцит досвідних виробництв, що займаються впровадженням інновацій.

До економічних причин опору нововведенням відносяться:

- наявність дешевої робочої сили, коли ефективність виробництва досягається не за рахунок нововведень, а за рахунок експлуатації персоналу;
- безробіття, оскільки інновації, як правило, спричиняють скорочення кількості робочих місць;
- відсутність системи економічних стимулів для персоналу, організацій, де впроваджуються інновації.

Крім того, дослідниками в галузі управління організацією А. Поршневою та З. Румянцевою було виділено три типи опору індивіда інноваціям:

- 1) логічний або раціональний, коли нововведення суперечить легітимному процесу або порядку;
- 2) психологічний або емоційний, що включає в себе певні установки та стереотипи, що заважають сприйняттю нововведень;
- 3) соціальний, тобто обумовлений впливом групи на індивіда, коли співробітник шукає схвалення свого потенційного рішення з боку своєї референтної групи, проте не отримує його.

Висновки. Отже, до факторів, що сприяють інноваційній поведінці, можна віднести надання необхідної свободи під час розроблення нововведення, забезпечення новаторів необхідними ресурсами та обладнанням, підтримку з боку вищого керівництва; вільне ведення дискусій та обмін ідеями; підтримку ефективних комунікацій з колегами, іншими підрозділами, навчальними закладами і зовнішніми науковими організаціями; поглиблення взаєморозуміння між працівниками. До факторів, що протидіють впровадженню інновацій, можна віднести недовіру керівництва організації до нових ідей та існування складної процедури узгоджень під час введення інновацій; суворі

адміністративні санкції у зв'язку з допущенням помилок під час впровадження нововведень; надмірний контроль за діяльністю спеціалістів-новаторів.

Таким чином, в сучасних ринкових умовах підприємство самостійно здійснює планування та втілення інноваційних форм поведінки працівників. Особливість інноваційної діяльності підприємства полягає передусім в його орієнтації на запити споживача. Зрозуміло, що за умов конкуренції найкращі позиції буде мати підприємство, яке гнучко реагує на потреби ринку та має можливість задовольнити запити споживачів через створення інноваційного продукту. Тобто інновація стає базовим фактором конкурентоспроможності підприємства, а інноваційна політика – основою підприємницької політики. Подальші дослідження інноваційних процесів на сучасних українських підприємствах будуть зосереджуватися на проблемі формування сприятливого інноваційного клімату.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Зянько В. Інноваційне підприємництво: сутність, механізми і форми розвитку : [монографія] / В. Зянько. – Вінниця : Універсум, 2008. – 397 с.
2. Агаларова К. Словник основних термінів з курсу «Соціологія» для студ. усіх спец. / К. Агаларова, В. Бурєга. – Х. : НТУ «ХПІ», 2015. – 44 с.
3. Інноваційна діяльність: стимули та перешкоди : [монографія] / [І. Петрова, Т. Шпильова, Н. Сисоліна]; за ред. І. Петрової. – К. : Дорадо, 2010. – 318 с.
4. Волкова Л. Мультиагентний підхід до дослідження інноваційної поведінки працівників промислового підприємства / Л. Волкова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2016_10%281%29_22.
5. Іжевський В. Економічна суть інноваційної політики підприємств роздрібної торгівлі та ресторанного господарства / В. Іжевський // Вісник Львівської комерційної академії. Серія економічна. – 2010. – Вип. 33. – С. 149–155.
6. Національна інноваційна система України: проблеми формування та реалізації [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://patent.km.ua/ukr/articles/1119>.
7. Підвищення ефективності використання персоналу та його розвиток : [монографія] / за наук. ред. А. Бабенка. – Дніпропетровськ : УМСФ, 2016. – 493 с.
8. Регулювання соціально-трудових відносин: сучасний стан та перспективи розвитку : [колективна монографія] / за заг. ред. І. Кичко. – Ніжин : ФОП Лук'яненко В.В. ТПК Орхідея, 2016. – 258 с.
9. Фатхутдинов Р. Инновационный менеджмент как система повышения конкурентоспособности / Р. Фатхутдинов // Управление персоналом. – 2000. – № 1. – С. 29–39.
10. Харів П. Інноваційна діяльність підприємства та економічна оцінка інноваційних процесів : [монографія] / П. Харів. – Тернопіль : Економічна думка, 2003. – 326 с.
11. Вартанова О. Стратегії управління людськими ресурсами інноваційного підприємства / О. Вартанова // Культура народів Причорномор'я. – 2013. – № 263. – Т. 2. – С. 100–104.
12. Даванков А. Формирование системы кадрового обеспечения инновационного развития экономики региона / А. Даванков, К. Соколов // Вестник ОГУ. – 2010. – № 4. – С. 66–70.