

ІННОВАЦІЙНА КУЛЬТУРА ЯК СКЛАДОВА ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ

Інноваційна культура - порівняно нове поняття і вид свідомої діяльності організації. За Законом України «Про пріоритетні напрямки інноваційної діяльності в Україні» (ст. 2), інноваційна культура – складова інноваційного потенціалу, що характеризує рівень освітньої, загальнокультурної і соціально-психологічної підготовки особистості та суспільства в цілому до сприйняття і творчого втілення в життя ідеї розвитку економіки країни на інноваційних засадах [1].

Інноваційний процес можна розглядати як комплекс послідовних дій, унаслідок яких новація розвивається від ідеї до конкретного продукту і поширюється під час практичного використання. Перебіг інноваційного процесу, як і будь-якого іншого, визначається складною взаємодією багатьох чинників. Успіх на цьому шляху залежить від управлінського механізму, який об'єднує в єдиний потік витoki наукової ідеї, її розроблення, впровадження результату у виробництво, реалізацію, поширення і споживання. На розвиток інноваційного процесу впливають:

- стан зовнішнього середовища, у якому він проходить (тип ринку, характер конкурентної боротьби, практика державного регулювання, рівень освіти, організаційні форми взаємодії науки і виробництва тощо);
- стан внутрішнього середовища окремих організаційних і господарських систем (фінансові та матеріально-технічні ресурси, застосування технологій, зв'язки з зовнішнім середовищем та ін.);
- специфіка самого інноваційного процесу як об'єкта управління.

Ефективність інноваційного процесу визначається лише після впровадження інновації, коли з'ясовується, у якій мірі вона задовольняє потреби ринку. Важливе значення при цьому має інструмент моделювання.

Модель інноваційного процесу дає змогу виділити в інноваційній діяльності окремі складові, відкриваючи тим самим можливість наскрізного планування інновації за стадіями, з урахуванням кон'юнктурних змін [2, с. 33].

Простий внутрішньоорганізаційний інноваційний процес передбачає створення і використання нововведення у рамках однієї організації. Нововведення при цьому не набирає безпосередньо товарної форми. У разі простого міжорганізаційного інноваційного процесу нововведення стають предметом купівлі-продажу в стосунках між виробниками та споживачами. Розширений інноваційний процес виявляється з появою нових виробників нововведення, порушуючи монополію виробника — піонера, що сприяє через конкуренцію удосконаленню властивостей нововведення.

Інноваційна культура розглядається як цілісна система вироблених в організації і притаманних її членам моделей поведінки, що впливають на моду, спосіб життєдіяльності організації. У цьому розумінні інноваційна культура не є первісно визначеним станом. Вона — результат соціальних взаємодій і передається через навчання, численні контакти між групами людей, поведінку, настанови, норми, систему ціннісних орієнтацій, манери одягатися, етику трудових відносин, символи, стиль керівництва, церемонії, комунікації, мову.

Діапазон інноваційної культури досить широкий: від створення умов ефективного використання інноваційного потенціалу (особистості, підприємства, організації) до його реформування.

Інноваційна культура виконує наступні функції: трансляційну — передача з минулого в теперішній час і з теперішнього часу в майбутнє усталених типів інноваційної поведінки соціальних суб'єктів, які пройшли тривалу апробацію і набули певного ціннісного забарвлення в рамках даного суспільства; селекційну — відбір знову створених або запозичених інноваційних поведінкових моделей, які в щонайбільшій мірі відповідають потребам суспільства на певному етапі його розвитку; інноваційну — розкриття креативних можливостей описуваного соціокультурного механізму, вироблення

нових типів інноваційної поведінки на основі зразків інноваційної діяльності, які виникли всередині самої культури або були щеплені ззовні [3, с. 42].

Важливим є наявність елементів інноваційної культури і у інших суб'єктів економіки: споживачів, інвесторів, представників владних структур та й просто пересічних громадян, які мають розуміти, що від впровадження нових знань вони отримають або пряму (у вигляді додаткових доходів) або непрямую (покращення екології, нові види діяльності та робочі місця тощо) вигоду.

Інноваційна культура стає необхідним складовим елементом сучасної економіки, оскільки: успішність інноваційного процесу, його взаємодія з процесом формування економічних знань залежить від рівня інноваційної культури в суспільстві, існування сприйнятливого середовища для отримання нової інформації, її акумуляції, передачі, розповсюдження, засвоєння, та реалізації; лише комплексна взаємодія інноваційної культури та економічних знань може забезпечити необхідний рівень всіх сторін соціально-економічного розвитку країни [3, с. 39].

Отже, інноваційна культура відображає не лише рівень розвитку інноваційних процесів на підприємстві, але й міру участі у цих процесах людей, їх задоволення від цієї участі. Забезпечує сприйнятливості людей до нових ідей, їх готовність і здатність підтримувати й реалізувати інновації у всіх сферах життя.

Література

1. Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні / Верховна Рада України; Закон від 16.01.2003 № 433-IV // [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/433-15>
2. Амоша О. Інноваційний шлях розвитку України: проблеми та рішення [Текст] / О.Амоша. // Економіст. – 2010. – №6. – С. 28-34.
3. Федулова Л. Технологічна структура економіки України. / Л.І.Федулова. // Економіст. – 2011. - №5. – С.38-43.