

УДК 658.1:514.55

Любомудрова Н.П.

кандидат економічних наук

Національного університету «Львівська політехніка»

МОТИВАЦІЙНИЙ ЧИННИК ІННОВАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ**MOTIVATIONAL FACTOR OF INNOVATIVE CULTURE IN PROVIDING THE DEVELOPMENT OF PERSONAL'S CREATIVE POTENTIAL****АНОТАЦІЯ**

Обґрунтовується доцільність розгляду інноваційної культури як чинника мотивування управлінського персоналу в забезпеченні розвитку креативного потенціалу підприємства. Висвітлюються основні аспекти інноваційної культури, які дозволяють поєднати інтелектуальний потенціал і креативний менеджмент. Розкривається взаємозв'язок між культурою дії, культурою стану як основних підвидів інноваційної культури із принципами функціонування креативної системи підприємства. Виділяються основні завдання, які підтверджують важливу роль інноваційної культури в стимулюванні розвитку креативного потенціалу.

Ключові слова: інноваційна культура, мотивація персоналу, креативний потенціал, мотиваційна структура, інтелектуальний потенціал, організаційний розвиток, творчий процес.

АННОТАЦИЯ

Обоснована целесообразность рассмотрения инновационной культуры как фактора мотивирования управленческого персонала в обеспечении развития креативного потенциала предприятия. Освещаются основные аспекты инновационной культуры, которые позволяют соединить интеллектуальный потенциал и креативный менеджмент. Раскрывается взаимосвязь между культурой действия, культурой состояния как основных подвидов инновационной культуры с принципами функционирования креативной системы предприятия. Определяются основные задачи, которые подтверждают важную роль инновационной культуры в стимулировании развития креативного потенциала.

Ключевые слова: инновационная культура, мотивация персонала, креативный потенциал, мотивационная структура, интеллектуальный потенциал, организационное развитие, творческий процесс.

ANNOTATION

The expediency of considering the culture of innovation as a factor motivating the management to ensure the development of creative potential is proved. Also, the main aspects of innovation culture, which bring together the intellectual and creative potential management, are described. The relationship between culture of activity, culture of state as both major subtypes of the culture of innovation and the principles of creative functioning system is explored. The basic tasks, confirming an important role of innovation culture in stimulating creative potential is underlined.

Keywords: innovative culture, creative potential, motivational structure, intellectual potential, organizational development.

Постановка проблеми. За умов глобалізації світової економіки найважливішим фактором динамічного розвитку вітчизняних підприємств є наявність високоефективної інноваційної системи, спроможної забезпечити генерування і комерціалізацію інноваційних ідей, формування високої інноваційної культури та підвищення соціальної відповідальності. Для формування такої системи необхідно враховувати всі умови й мобілізувати внутрішні джерела сти-

мулювання креативних ініціатив та інноваційної активності. Крім того, необхідно вирішувати чимало проблем, які притаманні всім країнам з перехідною економікою і які сьогодні гальмують інноваційний розвиток. У вирішенні проблем не завжди допомагає зарубіжний досвід, а власний досвід поки що не дає бажаних результатів. Тому маємо відчутну невідповідність між об'єктивною необхідністю інноваційного прогресу та низькою інноваційною привабливістю вітчизняної економіки, наслідком якої є слабкий рівень креативного менеджменту і повільна комерціалізація інноваційних ідей. Сьогодні ми є свідками слабкої системи стимулювання інноваційної діяльності і заохочення до пошуку нових технологічних рішень, що значно знижує масштабність інноваційних розробок та їх впровадження у виробництво. Отже, виникає необхідність системного розгляду умов і проблем інноваційного розвитку на рівні підприємства в контексті інноваційної культури, яку ми розглядаємо через мотиваційні аспекти креативного менеджменту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій засвідчує про значну зацікавленість наукового світу до проблем інноваційного розвитку вітчизняної економіки, вбачаючи у цьому вихід із тотальних криз. Інноваційна тематика охоплює доволі багато питань, певною мірою пов'язаних із мотивацією інноваційної праці, інтелектуальним капіталом, інноваційною культурою та інноваційними процесами. Зауважимо, що українська школа менеджменту, зокрема таких вчених як Г.М. Захарчин, О.Є. Кузьмін, пропонує також дослідження фундаментальних понять креативного менеджменту з позицій системного підходу. Цікаві напрацювання відображаються в гуманітарних аспектах менеджменту, зокрема синтез організаційної культури та управління у корпораціях [1, с. 46], управлінські аспекти інноваційної культури. Однак ці наукові напрями досліджують автономно і не відображають цілісної концепції покращення інноваційної динаміки нашої економіки. Отже, доводиться констатувати недостатність досліджень окресленої проблематики вітчизняними вченими, які б глибоко розкривали проблему активізації інноваційних процесів, не обмежувчись тільки економічними чинниками, а

розглядали б її через проблеми менеджменту, зокрема креативного, і через призму поширення культурологічних тенденцій в сучасному світі.

Постановка завдання полягає в обґрунтуванні розгляду інноваційної культури як чинника мотивування персоналу підприємств у забезпеченні розвитку креативного потенціалу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інноваційна культура є результатом соціально-економічної взаємодії суб'єктів інноваційної діяльності, вона охоплює відносини, які складаються на всьому ланцюжку життєвого циклу зародження, формування і комерціалізації інновацій. Ці відносини опосередковуються відповідною системою цінностей, етичними орієнтаціями і системою відповідальності, тому інноваційній культурі властива якісна визначеність як особлива ознака системи. Специфіка інноваційної культури проявляється через її двоїстість, оскільки вона є одночасно особливим видом культури і також елементом, який притаманний кожному виду культури.

Обґрунтованість розгляду інноваційної культури як особливого різновиду організаційної культури та чинника мотивування управлінського персоналу в забезпеченні розвитку креативного менеджменту підтверджує функціональна концепція, за якою культура загалом розглядається як породжена суспільством система засобів задоволення потреб. Кожне суспільство функціонує у просторі культури, яка «програмує життєдіяльність людей і визначає її соціалізовані способи» [2, с. 75]. У межах культурного простору формується потреби та цінності життєдіяльності людини, утверджуються основні мотиватори й окреслюються загальні особливості їх поведінки. Межі культурного простору не обмежуються структурою організації, в якій людина працює, адже розвиток її свідомості відбувається у відкритому соціальному середовищі, а рівень її культури закладається в сім'ї, яка є для неї локальним і первинним культурним полем.

Функціональна концепція притаманна і креативному менеджменту, за якою «креативний менеджмент – це конкретна функція менеджменту, яка націлена забезпечувати здатність суб'єктів управління пропонувати і розвивати нові ідеї, що набувають форми наукової або технічної інформації, а також на безпосереднє акумулювання нових ідей» [3, с. 7]. Якщо підприємство володіє ефективним креативним менеджментом, то його інноваційна діяльність буде успішною. Однак носії та реалізатори креативних ідей потребують час від часу певної мотивації, креативний потенціал, як і будь-який інший, втрачає свої можливості, якщо його ефективно не використовувати, тому інноваційна культура покликана відігравати роль стимулятора ефективного використання потенціалу, оскільки вона може нейтралізувати ті фактори, які гальмують творчу активність.

Вплив інноваційної культури на мотивування розвитку креативного менеджменту про-

являється через мотиваційну та аксіологічну функції. Мотиваційна функція характеризує систему принципів та норм, що регулюють трудову активність персоналу. Ціннісну платформу людини відображає аксіологічна функція інноваційної культури, яка допомагає виробляти певні норми й правила поведінки відповідно до прийнятих цінностей. Інноваційна культура через цінності формує мотиваційну структуру особистості, яку необхідно враховувати під час розроблення мотиваційної політики підприємства та його філософії. Цінності визначають спосіб світосприйняття форм життєдіяльності людини, репрезентуючи первинний факт її досвіду. Мотиваційна структура особистості безпосередньо залежить від потреб людини, які є похідними від цінностей. Структура мотивації змінюватиметься по можливості задоволення різних потреб, досягнення цілей і домінування цінностей на певному життєвому відрізьку часу людини. Бажання самореалізації, яке досягається через творчість, постійне прагнення до пошуку нових ідей, сьогодні є одним з найбільших мотиваторів.

Інноваційна культура об'єднує інтелектуальний потенціал і креативний менеджмент, який також розглядають як підсистему інноваційного менеджменту. Отже, інноваційне наповнення притаманне як інноваційній культурі, так і креативному менеджменту. З погляду інноватики, інноваційну культуру можна трактувати як взаємопов'язану сукупність таких основних аспектів: «процесного» як способу функціонування життєдіяльності її функціональних ланок; «предметного» як результату діяльності; «генетичного» як постійного джерела організаційних змін. З огляду на це реальність використання інноваційної культури як внутрішнього джерела інноваційного розвитку є максимальною при будь-якому ризику, а відтак її потенційна цінність очевидна. Інноваційна культура є основою розвитку творчого стилю мислення і підходу до вирішення управлінських проблем і сама підвладна трансформації завдяки цьому ж креативному імпульсу.

Оскільки процес креативного пошуку триває постійно і призводить до відповідних якісних змін та організаційного розвитку, то в середовищі інноваційної культури важливо виділити ще один підвид – культуру змін, яка пропагує креативність і позитивне, навіть легке, ставлення персоналу підприємства до різноманітних організаційних змін. Культура змін трансформується в культуру перехідних процесів, оскільки будь-яка інновація засвідчує про нову якість, яка формується протягом тривалого періоду від моменту зародження ідеї до її практичного втілення у виробництво.

З огляду на зазначене роль інноваційної культури в системі креативного менеджменту проявляється у тому, що вона, по-перше, виконує функцію стимулювання творчої думки, по-друге, оптимізує всі складові інноваційного потенціалу

підприємства; по-третє, відображає відносини, які складаються на всьому інноваційному циклі із висвітленням слабкої ланки; по-четверте, надає всьому творчому процесу певної організованості, регламентуючи відповідні процедури; по-п'яте, істотно зменшує опір до нововведень завдяки культурі змін та перехідних процесів; по-шосте, впорядковує процес інновацій завдяки своєму інституціональному характеру; по-сьоме, оптимізує весь інноваційний шлях підприємства на основі прийнятих цінностей та бажання працювати на випередження.

Виділимо головні завдання, які підтверджують важливу роль інноваційної культури в розвитку креативного потенціалу. До таких завдань належать: сприяння в розвитку інноваційних ідей; стимулювання соціоекономічних процесів на підприємстві; оптимізування всіх складових творчого потенціалу підприємства; активізація талантів, генерування ідей та їх комерціалізація; гармонізація відносин між усіма учасниками інноваційного процесу та його інфраструктури; підвищення відповідальності учасників інноваційного процесу, якості та результативності творчого процесу.

Інноваційна культура дозволяє: відійти від подвійних стандартів і зберегти економічну чистоту (це відносини між генератором ідей і суспільством; поєднання особистої вигоди й комерційного приватного інтересу із інтересами суспільства; це відносини між підприємством і ринком в цілому); впровадити нові управлінські технології; покращити соціальні стандарти і підвищити гуманізацію виробництва; допомогти в сприйнятті інноваційного продукту на ринку; дотримуватися правил етики у трансфері технологій; дотримуватися принципу «суспільної користі» при розробленні інноваційної ідеї, оскільки інноваційний продукт має носити гуманістичний характер.

Сутністю інновацій є також зміни, отже інноваційна культура органічно поєднується із природою інноваційного розвитку, оскільки в умовах дефіциту ресурсів та стрімкого наповнення ринку і зменшення ринкових ніш вижити в конкурентному змаганні можна завдяки постійному пошуку нових комбінацій ресурсів і прогресивній динаміці інноваційних процесів.

Власне креативність дуже важлива для підприємства, оскільки генерування нових ідей з часом перетворюється на інновації. Поєднання креативності і мотивації приводить до зміни режиму роботи менеджерів, стимулює перехід від аналітичного режиму роботи до роботи в режимі «лабораторії», завдяки якому можна вийти із поточної щоденної рутини і зосередитися на творчій роботі та продукуванні нових ідей. Гармонійне поєднання обох режимів праці призведе до економічного зростання і підвищення конкурентоспроможності підприємства. Крім того, творча атмосфера в структурних підрозділах підприємства заохочує персонал підприємства підвищувати свій професійний

рівень і додає відчуття задоволення від праці. Зрозуміло, що персоналу підприємства важко перебувати постійно у стані творчого пошуку, та й сама творчість залежить від натхнення кожного окремого працівника, а за повсякденною роботою, наповненою формалізованими правилами та приписами, натхнення приходить нечасто. У такій ситуації інноваційна культура приходить на допомогу, адже вже в самому змісті культури закладений постійний пошук того ідеалу (культу), до якого прагне організація, тобто не просто пошук, а постійне перебування у стані творчості, який дозволяє досягнути цього ідеалу. Менеджерам у своїй управлінській діяльності необхідно використовувати елементи культури станів як інструментарій стимулювання креативності. Культура станів ґрунтується на природних законах, які стимулюють креативність, зокрема на законі креативності, головна теза якого стверджує, що якість та унікальність нової ідеї «на вході» безпосередньо залежить від цих же показників «на виході», тобто сили мотиваційного важеля, здатного запалити людину і сприяти розвитку творчого процесу. Іншими словами, мова йде про природне прагнення людини до нових вражень й відчуття «свіжості», внаслідок яких народжуються нові ідеї. Завдяки добре продуманій організації факторів і стимулів розвитку креативності можна підтримувати постійне відчуття новизни. В умовах сьогодення стимулюючий ефект інноваційної культури вплине на постійне генерування сучасних ідей і закладе фундамент для формування креативної системи на підприємстві.

Креативна система підприємства передбачає не тільки постійне продукування нових ідей, але й доведення їх до логічного завершення, тобто комерціалізацію ідеї та дифузії інновацій. «Важливими принципами існування креативної системи на підприємстві є принцип реальності, енергетичності та сміливості, які виникають із культури дії. Отже, логічно, що на зміну культурі стану приходить культура дії, здатна завдяки своїй сутності й принципам прискорити інноваційний розвиток підприємства» [5, с. 84].

Принцип реальності підсилює ентузіазм, необхідний для творчого процесу, зрівноважуючи креативні можливості та прагнення до нововведень. Принцип енергетичності є життєвою силою для реалізації ідеї, він також підсилює творче натхнення; містить сильний переконливий імпульс, що розвиває в працівників інноваційний дух. В умовах нестабільного середовища та негативної дії багатьох факторів невідзначеності менеджером підприємства необхідно навчитися мистецтва управління енергією, що підвищить енергонасиченість інноваційних ідей. Управління енергією, як різновид загальної системи управління, оптимізує креативну систему завдяки нейтралізації «енергетичних перешкод». До енергетичних перешкод належать:

розширення масштабів діяльності підприємства, яке вимагає більшої формалізації всіх процесів та жорсткішого планування; нестабільність інноваційних процесів взагалі, що має різноаспектний прояв; фрагментарність організації, що характеризується багаточисленними проектами і розпорошуванням робіт між ними; розчленування процесу винахідництва на окремі операції, які виконують різні функціональні структури підприємства. Перелічені перешкоди знижують якість творчого процесу на підприємстві і спускожують його креативну систему.

Принцип сміливості необхідний не тільки для генерування ідей, але й для їхньої успішної матеріалізації, оскільки він допомагає в реалізації кардинальних ідей і революційних змін. Незважаючи на його опозиційність до ризику, він є рушієм організаційного розвитку і створення інновацій. Долаючи фактор ризику, завдяки принципу сміливості інноваційна діяльність стає значно результативнішою в якісному розумінні цього слова. Подолання опору до сприйняття нового також досягається завдяки сміливим рішенням, які дозволяють змінити стереотипи, застарілі уявлення й норми, підтримуючи й розвиваючи все те, що відповідає вимогам сьогодення.

Отже, інноваційний розвиток підприємств в умовах жорсткої конкуренції можливий завдяки творчому пошуку, інноваційній культурі, яка стимулює розвиток креативного потенціалу. Креативна система як проекція інноваційної культури, є стрижневим фактором успіху, а її ядром є персонал підприємства та команда менеджерів, об'єднаних спільними цінностями, інтересами і прагненням виконувати місію підприємства.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Якісні ринкові перетворення вимагають формування сучасного стилю мислення, творчого наповнення управлінських рішень і стимулювання креативних пошуків та ідей. В умовах розбудови економіки знань теорія і практика мотивації трудової діяльності повинна розвиватися в напрямку створення умов для творчої праці, розвитку креативної думки і пошуку мотивато-

рів, здатних підтримувати бажання створювати нові ідеї. До того ж в основу розвитку креативної системи менеджменту необхідно закласти інноваційну культуру, яка завдяки своїм функціям та цінностям дасть змогу поєднати принцип очікування із принципом результату.

Завдяки мотиваційній функції інноваційної культури, яка характеризує систему принципів та норм, що регулюють трудову активність персоналу, в основу яких покладено спільні цінності, підприємства зможуть підтримувати позитивну креативну динаміку.

Інноваційна культура охоплює весь ланцюг відносин, які складаються від моменту зародження ідеї до її реалізації. У такий спосіб мотиваційне поле розширюється і охоплює мотивацію до продукування нових ідей, мотивацію комерціалізації ідей та мотивацію поширення нових ідей. Отже, можна говорити, що мотиваційна функція інноваційної культури має інтеграційний характер і широкий спектр дії.

Подальші дослідження доцільно продовжувати в контексті збагачення цієї проблематики теоретико-методологічними та прикладними аспектами, зокрема пошуку синтезованої концепції, яка б об'єднувала категорії культури, творчості, менеджменту на основі ідеї розвитку та побудови моделей, які дають змогу оцінити ефективність впливу інноваційної культури на розвиток креативного менеджменту.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Жовнір Н.М. Управління організаційною і інноваційною культурою в системі регіонального розвитку / Н.М. Жовнір // Економіка і регіони. – 2004. – № 1(2). – С. 45-47.
2. Подольська Є.А. Культурологія: навч. посіб. / Є.А. Подольська, В.Д. Лихвар, К.А. Іванова. – 2-ге вид., перероб. та доп. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 392 с.
3. Кузьмін О.С. Креативний менеджмент: навч. посіб. / О.С. Кузьмін, С.В. Князь, І.В. Литвин, Д.К. Зінкевич. – Л.: Видавництво Львівської політехніки, 2010. – 124 с.
4. Захарчин Г.М. Теорія та методологія формування і розвитку організаційної культури машинобудівного підприємства: моногр. / Г.М. Захарчин. – Л.: Видавництво Львівської політехніки, 2011. – 348 с.