

(зобов'язаннях), прибутку та фінансових витратах.

Висновок. Принциповий підхід до оцінки потенціалу фінансової діяльності дозволяє акцентувати увагу на внутрішніх і зовнішніх оцінках фінансової діяльності, визначати резерви підвищення її ефективності з урахуванням чинників гнучкості і результативності використання фінансових ресурсів та розробляти рекомендації по вибору доцільного варіанту фінансової стратегії підприємства.

Перспективними напрямками подальших досліджень для отримання практичних результатів є глибше та детальніше дослідження методології формування організаційно-методичного забезпечення фінансової стратегії сталого розвитку підприємства та механізму її реалізації.

Література

1. Костырко Л.А. Диагностика потенциала финансово-экономической устойчивости предприятия: Монография. – 2-е изд., переработ. и дополн. – Х.: Фактор, 2008 – 336 с.
2. Костырко Л.А. Стратегия финансово-экономической деятельности хозяйствующего субъекта: методология и организация: Монография. – Луганськ: Вид-во СНУ им. В.Даля, 2002. – 560 с.

Надійшла 10.05.2009

УДК 353: 330.341.1

Н. С. МИКОЛАЙЧУК

Херсонський національний технічний університет

М. М. МИКОЛАЙЧУК

Національна академія державного управління при Президентіві України

Т. А. СТОВБА

Одеський державний економічний університет

ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ

Обґрунтовано необхідність формування інноваційної культури як на підприємствах, так і на регіональному рівні, визначено її особливості. Розглянуто методи формування корпоративної культури, проаналізовано переваги мотивації як інструменту розвитку інноваційної культури на різних рівнях управління.

There has been grounded the necessity of forming the innovational culture as at the enterprises, as well as at the regional level, determined its features. Considered the ways of forming the corporative culture, analyzed the advances of the motivation as the development instrument of the innovational culture on the different management levels.

Постановка проблеми. В умовах глобалізації створюються як передумови для стійкого розвитку, так і загрози безпеці суверенних держав, зростання імовірності перетворення недостатньо економічно розвинених держав у “безнадійні”, виникнення надмірної економічної, політичної, військової, культурної чи іншої залежності від розвинених країн. Тому Україна має використати всі можливості для зменшення негативного впливу глобалізації завдяки підвищенню конкурентоспроможності національної економіки.

Сучасні досягнення нашої країни у забезпеченні стійкості до зовнішнього дестабілізаційного впливу неможливо оцінити позитивно і за оцінками багатьох експертів виникає загроза економічній безпеці. Тому вкрай необхідно створити умови для подолання кризових явищ у економіці. Враховуючи цілі світового співтовариства у новому тисячолітті Україна має розвиватись на засадах сталого розвитку, який передбачає збільшення уваги до забезпечення високого рівня життя населення, раціонального природокористування, збереження природних ресурсів для наступних поколінь. Але однією з основних проблем економіки України є низька ефективність використання ресурсів. Світовий Банк вважає економіку нашої країни найбільш енергомісткою в світі, тому що споживання енергоресурсів на 1 дол. ВВП в Україні більше, ніж в Німеччині у 22 рази, у порівнянні з Росією більше у 16 разів, Білоруссю – у 13, Молдовою – у 8 разів [1, с. 25].

Продуктивність праці в Україні у 23 рази нижча, ніж у Франції, у 22,5 рази менша, ніж у Фінляндії, у 18 разів поступається Японії, у 5,5 разів відстає від Словенії та Естонії, у 4,5 рази нижча, ніж у Польщі [2, с. 23].

Водоемність виробленого національного продукту в Україні у 3 – 5 разів більша, ніж у Німеччині, Японії, Франції, США [3, с. 118].

У світовій практиці використовуються різні моделі економічного розвитку, які базуються на певних теоріях. Але найбільшого успіху досягають країни, які визнають домінуючою інноваційну теорію видатного українського вченого М. Туган-Барановського. Так, завдяки розвитку науки та впровадженню інноваційних технологій за 17 років Японія, Німеччина, Південна Корея, Китай, США збільшили ВВП у 37 разів [3, с. 195].

Фахівці доводять також, що 70 – 80% зростання ВВП забезпечено втіленням в технологіях нових знань [4, с. 21].

В Україні інноваційна діяльність ще не стала основою економічного розвитку. Питома вага підприємств, які впроваджували інновації, у 2007 році складала лише 14,2% від їх загальної кількості при пороговому значенні 25% та показниках розвинутих країн 70 – 89%, причому динаміка цього процесу негативна. За період з 1994 по 2007 рік кількість підприємств, які впроваджували інновації, зменшилась з 2181 до 1186 одиниць, а їх питома вага у загальній кількості – з 26% до 11,4%. Кількість освоєних нових видів техніки зменшилась з 1181 до 881, кількість впроваджених нових технологічних процесів – з 3559 до 1419, з них маловідходних, ресурсозберігаючих – з 990 до 634 [5, с. 86; 6, с. 247].

Таким чином, необхідно забезпечити активізацію інноваційної діяльності суб'єктів господарювання. Розв'язанню цієї проблеми сприятиме формування відповідної інноваційної культури. При цьому слід враховувати, що важлива не тільки наявність інноваційної культури в організації, а й в оточуючому середовищі (на підприємствах регіону, співробітників органів регіональної влади, населення). Виходячи з того, що на державному рівні успішним може бути соціально-економічний розвиток “лише при розгляді державною владою країни як суб'єкта господарювання, управління нею як велетенською корпорацією, із зонами господарювання галузевого та територіального походження, де ставлення до населення має бути як до персоналу або людського капіталу, а не підручного матеріалу або “біомаси”” [7, с. 211], формування інноваційної культури має здійснюватись системно з урахуванням взаємодії учасників соціально-економічних процесів на регіональному рівні.

Аналіз досліджень, в яких започатковано розв'язання даної проблеми. Останнім часом в наукових працях О.Волкова, А.Гречан, М.Денисенко, Н.Краснокутської, Л.Федулової значна увага приділяється дослідженню загальних теоретичних засад інноваційного менеджменту, технологічного розвитку промисловості України.

Вітчизняні фахівці (Г.Л.Хаєт та ін.) зосередили зусилля на розробці методів оцінки та формування корпоративної культури як потужного інструменту управління персоналом [8]. Але поза увагою науковців залишаються питання підвищення ефективності управління інноваційним розвитком регіонів, підприємств на основі формування інноваційної культури.

Тому метою цієї статті є визначення особливостей інноваційної культури регіонального розвитку та розробка пропозицій щодо удосконалення економічного механізму формування інноваційної культури на рівні підприємств та регіонів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Найважливішим чинником конкурентоспроможності і фінансової стійкості підприємства вважають репутаційний капітал. Його основою є репутація, яка перетворюється на капітал завдяки інвестиціям підприємства у власний імідж і організаційну культуру. Фахівці наводять такі дані: ринкова вартість компанії Microsoft — \$400 млрд, в т.ч. матеріальна вартість — \$40 млрд, решту, \$360 млрд, складає репутаційний капітал.

Дослідженнями доведено, що стан корпоративного середовища (внутрішньофірмового клімату, культури підприємства) впливає на прибуток в чотири рази сильніше, ніж всі технічні чинники (поліпшення фінансових схем, реінжиніринг бізнес-процесів, поліпшення організаційної структури, написання докладних посадових інструкцій, введення нових систем підпорядкування, мотивації і контролю та ін. технічні атрибути). Прибуток на 80% залежить від стану корпоративного середовища і лише на 20% від всієї решти об'єктів уваги керівників.

Світовий досвід переконливо доводить, що підприємства, які процвітають, відрізняються сильною культурою та особливим стилем. Сильній культурі притаманна чітко сформована система цінностей, яка активно підтримується та має широке розповсюдження серед працівників підприємства. Зокрема, дослідження таких відомих компаній, як "Digital Equipment", "Emerson Electric", "Hewlett Packard", "IBM", "Procter@Gamble", "Caterpillar Tractor", "Dana Corporation", "Minnesota Mining@Manufacturing", "McDonalds" та ін. показало, що їх успіх визначався цінностями фірми, а не ставленням до ринкових сил, заповідями особистого характеру, а не завойованими позиціями у конкурентній боротьбі, розумінням ситуації та адекватним реагуванням на неї, а не наявними ресурсами. Водночас, слабка культура характеризується погано сформованою і нечіткою системою цінностей або частою їх зміною. До цінностей підприємства найчастіше відносять культурні норми, моделі поведінки, переконання, взаємовідносини, методи контролю, погляди на оточуючий світ, філософію бізнесу [9, с. 423].

Загалом, сильна корпоративна культура дозволяє забезпечити підприємству стабільність, передбачуваність і упорядкованість дій, єдність цілей і низьку конфліктність. Яким же чином впливає корпоративна культура на ефективність діяльності підприємства? Цей вплив може відбуватись у двох напрямках – внутрішньому та зовнішньому [10, с. 74 – 75]. Усередині підприємства культура:

- 1) спрощує систему координації дій, формуючи у працівників чітке розуміння того, які дії вимагаються від них без створення формальних правил та приписів;
- 2) підвищує продуктивність праці, формуючи позитивний морально-психологічний клімат в організації, сприяє згуртованості та інтеграції трудового колективу, посилює мотивацію праці;
- 3) прискорює та полегшує процес ухвалення управлінських рішень, а також підвищує їх якість;
- 4) формує навички командної роботи і підвищує творчу ініціативу співробітників, що дозволяє в сучасних ринкових реаліях стимулювати працівників брати активну участь в діяльності підприємства,

створюючи таким чином унікальні конкурентні переваги.

У зовнішньому середовищі сильна корпоративна культура надає наступні переваги:

1) полегшує укладання угод, формує позитивне уявлення з боку споживачів, постачальників та партнерів підприємства, що дозволяє підвищити ефективність перемов та угод, а результати привести до фінансового вигаду у вигляді скорочення транзакційних витрат;

2) спрощує залучення фінансових ресурсів (інвестицій та запозичень), формує позитивний імідж підприємства;

3) посилює ефективність впливу реклами, оскільки, з одного боку, безпосередньо пов'язана з рекламою, а з іншого, сприяє створенню репутації фірми;

4) збільшує гудвілл – узагальнюючий фінансовий показник результату впливу культури та функціонування підприємства на ринку.

Слід, також враховувати, і зворотній, негативний вплив культури на ефективність діяльності організації. Слабкій культурі притаманні наступні риси, про які слід знати, щоб не допускати їх руйнівного впливу на підприємство:

1) слабка клієнтоорієнтованість персоналу;

2) співробітники не відчують себе «візитівкою» фірми і не пишаються компанією;

3) у більшості людей немає прагнення до навчання і розвитку;

4) працівникам властива байдужість, вони не виказують власні і не поділяють чужі емоції та почуття;

5) знеособлювання проблем і розмивання відповідальності, замовчування прізвищ винуватців виниклих проблем;

6) сліпе підпорядкування, яке виявляється в тому, що робітники та менеджери нижчого рівня ніколи не заперечують рішень керівників вищої ланки і не беруть ініціативу щодо вирішення проблем на себе;

7) жорсткий консерватизм, коли підприємство націлено на відсутність змін і сприймає їх як негативний фактор;

8) робота працівників відбувається ізольовано один від одного, дискусії та обмін думками щодо службових обов'язків не припускається;

9) активно проявляються антипатії між працівниками [10, с. 78 – 79].

Хоча фахівці використовують різні терміни “організаційна культура” [11, с. 465] або “корпоративна культура” [8, с. 11], сутність їх майже однакова, вони розуміють під цими визначеннями культуру організації, яка характеризується системою цінностей, переконань, норм поведінки та взаємовідносин при здійсненні спільної діяльності, які сприймаються більшістю співробітників. Тобто у всіх тлумаченнях терміну спостерігається наявність таких загальних рис: 1) базові припущення, яких дотримується персонал у поведінці і вчинках, пов'язані з баченням оточення і його регульованих змінних (природа, простір, час, робота, стосунки тощо); 2) цінності, котрі дозволяють зорієнтуватись працівнику в тому, яка поведінка є бажаною або неприпустимою; 3) символіка, за допомогою якої ціннісні орієнтації передаються всім членам організації.

Існують різні класифікації корпоративних культур. За рівнем організаційної культури Л.С.Шевченко виділяє:

1) артефакти та етикет; проявом культури цього рівня є мова, символи, одяг, лозунги, ритуали, тобто це видимий рівень культури;

2) поведінку та дії (більш глибокий і вже невидимий рівень);

3) мораль, переконання, цінності (невидимий рівень).

Виділяють також різні види специфічних культур, в яких домінують певні чинники впливу на діяльність співробітників [11, с. 466 – 467].

За класифікацією Ч. Хедлі існують чотири культури, які базуються на *владі* (переважно керівника, що має сильний вплив на підлеглих), *ролі* (чітко визначається посадовими обов'язками, інструкціями, розподілом завдань менеджерами, ефективна у стабільному середовищі), *завданнях* (при командній організації роботи кожен з працівників може використати свої знання, здібності для успішного виконання сумісними зусиллями поставленого завдання), *особистості* (коли діяльність співробітників підпорядкована не стільки досягненню цілей організації, скільки задоволенню інтересів “зірок”, які є членами організації).

Залежно від стану економічного розвитку підприємства (організації) та оточуючого середовища Джеффри Соненфельд виділяє культуру “*фортеці*”, яка формується у кризовій ситуації; для стабільних умов на його думку прийнятні культури “*академічна*” та “*клубна*”, кожна з яких передбачає довгострокове співробітництво та повільне просування ієрархічними сходинками, але академічній культурі властивий більший індивідуалізм, надання переваги роботі у певному підрозділі, тоді як у клубній культурі велику цінність має приналежність до певної групи та її інтереси. Інші класифікації також передбачають виділення чотирьох культур залежно від домінування бюрократії чи “людських відносин”, ставлення до новаторства.

Серед цього різноманіття культур виділяють культуру підприємництва, яка відрізняється цілеспрямованістю, незалежністю та відповідальністю співробітників. На думку Рольфа Рюттингера

культура підприємництва має специфічні риси у різних галузях та сферах діяльності. Надана ним характеристика деяких специфічних культур підприємництва представлена на рис. 1. Основними критеріями, за якими виділені ці культури, є ризик та швидкість зворотного зв'язку [12, с. 147].

		<i>Ризик</i>	
		малій	великий
<i>Зворотній зв'язок</i>	швидкий	Культура торгівлі	Спекулятивна культура
	повільний	Адміністративна культура	Інвестиційна культура

Рис. 1. Специфічні галузеві культури підприємництва

Першим різновидом специфічної галузевої культури є культура торгівлі, характерними ознаками якої є невеликий ризик та швидкий зворотній зв'язок. Дійсно, окрема невдала торгівельна операція не призведе до банкрутства, а оцінка успішності діяльності не потребує багато часу.

Успішність торгівельної діяльності залежить від наполегливості продавців, пошуку клієнтів. Вимоги до співробітників: зовнішня привабливість, почуття гумору, дружелюбність, красномовність. Культура торгівлі комунікативна, їй властивий дух колективізму, домінування короткострокового успіху.

Спекулятивна культура (культура вигідних угод) відрізняється від культури торгівлі великим ризиком і властива таким галузям, як мода, косметика, рекламна діяльність, професійний спорт, операції з цінними паперами та ін. В цих сферах нема місця чутливості та емоційності. Тому персоналу властиві бійцівські риси, агресивність, впевненість, швидкість прийняття рішень, небагатомовність.

Малий ризик та повільний зворотній зв'язок властиві адміністративній культурі, яка проявляється переважно у сфері обслуговування. Характерні риси персоналу: педантичність, прискіпливість, підкреслена ієрархія у відносинах.

Інвестиційна культура властива інвестиційним банкам, нафтодобувним компаніям. Її характерною ознакою є орієнтація на майбутнє, великі інвестиції в умовах ризику та невизначеності, неможливість швидко перевірити правильність своїх рішень. Тому персонал має бути високопрофесійним, в колективі поважають авторитет, який здобувається протягом багатьох років.

Складність сучасної соціально-економічної ситуації в Україні значною мірою залежить від нестабільності інноваційних процесів, які є підґрунтям економічного процвітання і потребують формування сильної інноваційної культури. У Законі України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» запропоновано таке визначення «інноваційна культура – складова інноваційного потенціалу, яка характеризує рівень освітньої, загальнокультурної та соціально-психологічної підготовки особистості та суспільства в цілому до сприйняття і творчого втілення в життя ідеї розвитку економіки країни на інноваційних засадах» [13].

Підтримуємо думку авторів, які вважають, що «інноваційна культура – це знання, уміння та досвід цілеспрямованої підготовки, комплексного впровадження і всебічного освоєння новацій в різних сферах людської життєдіяльності при збереженні в інноваційній системі динамічної єдності старого, сучасного та нового; іншими словами, це вільне творіння нового із дотриманням спадковості» [14, с. 39].

Які ж ознаки мають бути у інноваційної культури у порівнянні з наведеними раніше специфічними галузевими культурами? Інноваційна діяльність багатоаспектна. Залежно від виду інноваційної діяльності їй можуть бути властиві риси інвестиційної культури або спекулятивної.

Слід відзначити, що велике підприємство будь-якої галузі полікультурне. В різних підрозділах домінують найбільш прийнятні для певного виду діяльності культури.

Але незалежно від виду діяльності інноваційна культура має сприяти творчому підходу до ведення бізнесу, легкій адаптації до нових умов, прагненню до нововведень та саморозвитку, постійного оновлення знань, забезпечення ефективної роботи навіть в умовах хаосу. Тобто інноваційній культурі властиве цілеспрямоване виявлення можливостей для проведення позитивних змін у будь-якій сфері діяльності.

Інноваційна культура сприяє зацікавленості персоналу підприємства до нових ідей, забезпечує їх готовність і здатність підтримувати і реалізовувати інновації в усіх сферах життя. На думку С.Робінса сутність інноваційної культури підприємства розкривається в таких характеристиках [15, с. 445]: мотивація працівників щодо створення інновацій; робота в команді; націленість на результат; прагнення досягти високого рівня професіоналізму; свобода висловлювання думок, ідей; свобода творчості; стимулювання зовнішніх джерел інновацій (споживачів, дистрибуторів, консультантів та ін.).

Інноваційна діяльність кожного підприємства сприяє розповсюдженню новацій завдяки зміні вимог до постачальників, використанню нових маркетингових технологій, виводу інноваційної продукції на ринки збуту. В той же час інноваційне удосконалення діяльності у зовнішньому середовищі потребує наявності певних умов, формуванню інноваційної культури на регіональному рівні.

Інноваційна культура не виникає сама по собі, а цілеспрямовано формується зусиллями вищої ланки керівництва підприємства (організації), регіону.

На процес формування інноваційної культури підприємства впливає багато факторів. Серед основних факторів слід відзначити ставлення до роботи і стиль керівництва менеджерів, критерії заохочення персоналу, реакція керівників на проблеми, які виникають в організації, головні орієнтири керівництва, критерії відбору, призначення, просування і звільнення персоналу підприємства. Поряд з зазначеними факторами, слід брати до уваги системи передачі інформації, організаційні правила і процедури, неформальне лідерство в організації, міфи та традиції, внутрішній і зовнішній дизайн приміщень, структуру підприємства [16, с. 198].

Існує три основних методи формування інноваційної культури:

- 1) культура закладена засновником підприємства;
- 2) культура сформувалась поступово, в процесі конкурентної боротьби;
- 3) культура привнесена і сформована менеджерами свідомо.

Оскільки інноваційна культура є досить новим явищем, то для її формування найбільш прийнятним є третій метод, який вимагає від менеджерів розуміння того факту, що інноваційний розвиток є неминучим, сприяє підвищенню ефективності діяльності підприємства, регіону, складає основу підвищення їх конкурентоспроможності.

Для того, щоб інноваційна культура сприяла підвищенню конкурентоспроможності, ефективності підприємства, вона має задовольняти наступним вимогам:

- 1) це повинна бути сильна і добре сформована культура, процес розробки якої свідомо керований, а не відбувається стихійно, під впливом виникаючих обставин;
- 2) це повинна бути культура, зорієнтована на успіх, тобто на досягнення найкращих результатів;
- 3) культура має бути оригінальною, вона має мати ознаки та риси, які не притаманні культурам більшості фірм;
- 4) культура має бути незрівнянною, оскільки спроби наздоганяючих фірм або підприємств-послідовників точно скопіювати культуру завжди гарантуватиме лише місце на другому плані;
- 5) культура має відповідати зовнішньому оточенню підприємства, враховуючи умови функціонування конкретної організації;
- 6) культура має враховувати внутрішнє середовище підприємства (технології, масштаб та вид діяльності), стимулювати інноваційну активність персоналу, творче ставлення до вирішення поставлених задач.

Інноваційна культура може бути зафіксована у вигляді спеціального документа, а може існувати без офіційного оформлення. Так, може стати корисним досвід російського Інституту стратегічних інновацій, де розроблено Хартію інноваційної культури – програму, де сконцентровано проблеми громадськості та шляхи їх розв'язання [14, с. 40].

Характерними ознаками інноваційної культури регіонального розвитку є інноваційна культура державних службовців, налагоджені та ефективно діючі зв'язки між владою, бізнесом, науковцями і громадою, довіра населення до влади, загальне прагнення до позитивних змін у бізнесі та суспільстві, бажання бути активним творцем цих змін.

Серед проблем формування інноваційної культури державних службовців виділяють внутрішню та зовнішню складові. Внутрішні проблеми пов'язані з підвищенням кваліфікації, формуванням цінностей і норм поведінки, які відповідають уяві про ефективну державну службу, що здійснює управління регіоном на основі підприємницької моделі. Зовнішня складова передбачає інформування населення про цілі, функції, результати діяльності регіональної влади, налагодження співпраці з населенням [17, с. 56].

В сучасних умовах необхідною складовою ефективного управління бізнесу стає контролінг, який у більшості випадків розглядають як систему інформаційного забезпечення або складову системи управління реалізацією стратегічних планів. Хоча система контролінгу сприяє забезпеченню організаційного розвитку, зростання значення соціальних процесів вимагає навіть на рівні підприємств розширення функцій контролінгу шляхом вивчення соціальних процесів у внутрішньому та зовнішньому середовищі і розробки механізму впливу на них. Тим більшого значення набуває необхідність управління соціально-економічними процесами на регіональному рівні. Але ринкові відносини не передбачають прямого втручання з боку влади у діяльність підприємств, з іншого боку для забезпечення стрімкого розвитку регіонів навіть стихія має бути керованою. Тому втручання влади у забезпечення соціально-економічного розвитку підприємств має бути ненав'язливим, щоб не викликати протидію. Механізм взаємодії між владними структурами та підприємцями має бути прийнятним для ринкових умов та передбачати залучення громадськості до управління соціально-економічним розвитком регіонів. Враховуючи особливості реалізації концепції контролінгу в системі державного управління регіонами та її соціальну спрямованість доцільно використовувати термін "соціальний контролінг", сутність якого полягає в забезпеченості стійкого збалансованого розвитку регіону на основі залучення всіх верств населення до формування соціальних цілей, оцінки впливу суб'єктів господарювання на реалізацію стратегічних планів територій, держави [18, с. 171].

Для розвитку регіону як системи на інноваційних засадах доцільно створити регіональну систему інноваційного розвитку (РСІР). Її основним призначенням є активізація інноваційної діяльності промислових підприємств, формування інноваційної культури регіону для досягнення на певній території європейського рівня соціально-економічного розвитку.

Головним завданням РСІР є забезпечення стійкого прагнення громади до здійснення інноваційних змін, співпраці представників влади, бізнесу, науковців, громадськості; впевненості у можливості реалізації амбіційних планів. Для формування структури РСІР та визначення механізму взаємодії між окремими складовими необхідно виявити основні проблеми інноваційного розвитку регіону. Перш за все важко уявити здійснення інноваційного розвитку без інвестицій. Тому доцільно звернути увагу на проблеми формування привабливого інвестиційного клімату у регіоні.

Результати дослідження Інституту Реформ показали, що держслужбовці традиційно бачать конкурентні переваги своїх регіонів у вигідному розташуванні, дешевій робочій силі та природно-рекреаційному потенціалі. Шукати інші специфічні переваги вони не схильні, бо вважають що “головні ризики для інвестування генеруються на національному рівні” [19, с. 6]. Тобто вони не бажають бачити можливість формування та використання особливих переваг регіону.

До національних особливостей, нажаль, належить і те, що українські олігархи (безперечно розумні і талановиті) спрямовують свій талант лише на захист особистих інтересів, а не процвітання України [20, с. 291]. Тому для здійснення стрімких позитивних зрушень у соціально-економічному розвитку регіонів необхідно формувати в них команду менеджерів-патріотів, які здатні на громадських засадах виконати місію консолідації громади, спрямувати весь її творчий потенціал на цілеспрямований пошук підприємницьких можливостей та втілення їх у життя. З огляду на це головну роль у РСІР має виконувати “РАДА ПАТРІОТІВ”. Для визначення її складу необхідно окреслити коло питань, які потрібно вирішувати Раді. Інститут Реформ виділяє три основні ролі місцевої влади: постачання послуг, регулятор і каталізатор [19, с. 14].

В сучасних умовах для регіонів запорукою успіху є об’єднання зусиль громади на досягнення спільної мети, об’єктивне висвітлення проблем, подій, спрямування творчих пошуків у певних напрямках. Тому до Ради Патріотів (РП) доцільно включити харизматичну особистість – відомого журналіста, який здатен відмовитись від погоні за сенсаціями заради набуття популярності, усвідомлювати вплив інформації на перебіг подій, виконувати роль каталізатора позитивних змін, а не руйнівних процесів.

Для виконання регуляторних функцій необхідно кваліфіковано організувати вивчення громадської думки, що потребує введення до РП соціолога. Безперечно, у складі РП мають бути представники влади, бізнесу, науковців.

Особливого значення набуває введення до РП представників контролюючих органів. За спостереженнями Інституту Реформ “більшість проблем в інвесторів виникає не через “злісні” порушення законодавства, а у зв’язку з неоднозначністю формулювання положень нормативно-правових актів (особливо підзаконних актів) [19, с. 44]. Дуже часто працівники цих органів не бажають і не здатні керуватись логікою законів. Значно простіше вважати зловживанням те, на що не знайшлось у документах прямого дозволу. Але практика доводить, що досягають визначних результатів ті організації, які діють за принципом “що не заборонено, то дозволено”. Внески до бюджету у вигляді штрафних санкцій можуть бути мізерними у порівнянні з втратами бюджету від “підриву бізнесу” завдяки формуванню його негативного іміджу та зневіри керівництва у можливості реалізації підприємницької моделі розвитку.

Ефективність функціонування РСІР залежить від досконалості механізмів взаємодії між РП, владою, керівниками промислових підприємств, вищих навчальних закладів, науково-дослідних інститутів, технопарків та бізнес-інкубаторів, банків, громадськими організаціями. Для розробки дієвих механізмів, перш за все, необхідно визначити, на які процеси має впливати РП, щоб сприяти державному регулюванню інноваційного розвитку території. Стратегічні завдання державного регулювання полягають у збереженні курсу, який закладено у стратегії розвитку України, формуванні потенціалу та розробці стратегії соціально-економічного розвитку регіону на інноваційних засадах.

Поточне державне регулювання спрямоване на забезпечення ефективного використання потенціалу інноваційного розвитку та реалізацію стратегічних планів.

Оперативне державне регулювання має на меті моніторинг стану соціально-економічного та інноваційного розвитку, ліквідацію загрозливих відхилень від встановлених стандартів.

Якість розробки стратегічних планів, їх сприйняття усіма зацікавленими групами населення відіграють вирішальну роль у майбутній реалізації цих планів. Тому РП має виконати підготовчу просвітницьку роботу з використанням усіх доступних засобів інформації. Необхідно ознайомити населення з основними положеннями стратегії соціально-економічного та інноваційного розвитку України, звернути особливу увагу на ті регіональні об’єкти, діяльність яких особливо впливає на реалізацію державних програм. Доцільно, також, ознайомити з методами стратегічного аналізу та залучити громаду до оцінки існуючого потенціалу, визначення пріоритетних напрямків розвитку. Широке обговорення проекту зменшить опір змінам та дозволить підготувати підґрунтя для успішної реалізації стратегічних планів.

Дослідження та висвітлення взаємозв’язку між різними чинниками інноваційного розвитку регіону

допоможе РП налагодити співпрацю між підприємствами, організаціями, які контролюють їх діяльність, генерують нові знання, громадою.

Схема взаємодії між РП та іншими складовими РСІР представлена на рис. 2.

Невід'ємною складовою інноваційної культури Р.Патора та Н.А.Цимбаліста вважають матеріальне стимулювання, яке має бути спрямованим не на активізацію творчої діяльності взагалі, а на досягнення певних цілей [21, с. 606].

На рівні підприємства необхідно розробити та довести до відома співробітників положення щодо визначення внеску кожного підрозділу у досягнення цілей інноваційного розвитку, методичні засади обґрунтування нагороди для кожного співробітника відповідно до його безпосередньої участі у розробці та впровадженні нововведень.

Стимулювання інноваційної діяльності на підприємствах регіональною владою може здійснюватись шляхом застосування фінансово-економічних інструментів і важелів (пільгового оподаткування, кредитування, державних інвестицій). Визначення об'єктів підтримки та її розмірів має затверджувати "Рада патріотів", виходячи із ефективності інновацій з позиції сприяння реалізації стратегії регіонального розвитку.

Особливу увагу слід приділити мотивації праці самих державних службовців. Їх діяльність має бути персоналізована. За виконання кожного пункту стратегії регіонального розвитку відповідальність має нести не підрозділ, а певний службовець. Результативність його роботи має безпосередньо впливати на рівень заробітної плати. Тільки можливість забезпечити пристойний рівень власних доходів за рахунок постійного саморозвитку, творчого підходу до розв'язання проблем регіонального розвитку може зменшити рівень корупції, збільшити повагу та довіру населення до державних службовців, сприйняття їх як ефективних менеджерів, здатних реалізувати концепцію сталого розвитку та забезпечення населення соціальними благами на рівні кращих світових досягнень.

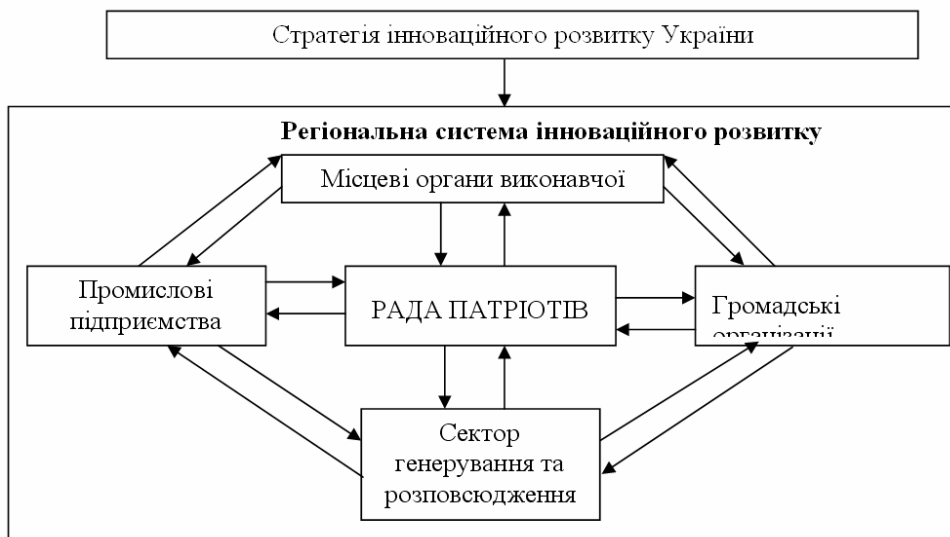


Рис. 2. Складові регіональної системи інноваційного розвитку

Висновки і перспективи подальших досліджень. Активізація інноваційної діяльності підприємств неможлива без формування інноваційної культури не тільки у внутрішньому середовищі, але й на регіональному рівні.

Особливістю регіональної інноваційної культури є не тільки спроможність працівників будь-якої сфери адаптуватись до нових умов, прагнути до нововведень та саморозвитку, постійного оновлення знань, забезпечення ефективної роботи навіть в умовах хаосу, але й відповідна інноваційна культура державних службовців, їх вміння налагодити ефективно діючі зв'язки між владою, бізнесом, науковцями і громадою, завоювати довіру населення, створити атмосферу загального прагнення до позитивних змін у бізнесі та суспільстві, бажання бути активним творцем цих змін.

Формуванню інноваційної культури в регіоні буде сприяти формування Регіональної системи інноваційного розвитку, головну об'єднуючу та регулюючу функцію в якій має відігравати Рада Патріотів. Налагодження обміну інформації між суб'єктами господарювання, владою та громадськістю, поєднання зусиль при розробці та реалізації стратегії інноваційного розвитку регіону забезпечить не тільки зміцнення довіри до влади, визнання її об'єднуючої ролі, але й розкриття творчих здібностей, подальшого розвитку інтелектуального потенціалу регіону.

Вирішальну роль у формуванні інноваційної культури на всіх рівнях управління відіграє мотивація праці. Рядовий працівник, керівник будь-якої ланки управління на підприємстві, державний службовець

мають бути впевнені, що їх добробут залежить від результативності діяльності у пошуку шляхів здійснення позитивних змін, розробки та впровадження інновацій.

Подальші дослідження мають бути спрямовані на удосконалення організаційної структури управління підприємствами відповідно до завдань інноваційного розвитку, розробки методичних основ оцінки дієвості влади та її мотивації.

Література

1. Кухарська Н.О. Економічне зростання як основа економічного розвитку України / Н.О. Кухарська // Регіональна економіка. – 2007. – № 2. – С. 22 – 32.
2. Хамініч С.Ю. Конкурентоспроможність національної економіки: особливості, пріоритети, проблеми / С. Ю. Хамініч // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 4. – С. 20 – 26.
3. Коваль Я.В., Антоненко І.Я. Регіональна економіка: Навчальний посібник. – К.: ВД «Професіонал», 2005. – 272 с.
4. Федулова Л.І. Технологічний розвиток економіки України. – К.: Ін-т економіки та прогнозування, 2006. – 627 с.
5. Федулова Л.І. Інноваційний розвиток промисловості України: тенденції та закономірності / Л. І. Федулова // Актуальні Проблеми Економіки. – 2007. – № 3. – С. 82 – 97.
6. Наукова та інноваційна діяльність в Україні. Статистичний збірник / За ред. Н.С. Власенко. – К.: ДП «Інформаційно-видавничий центр Держкомстату України», 2008. – 361 с.
7. Миколайчук М.М. Економічні аспекти державної політики України на шляху розвитку демократичного врядування / М.М. Миколайчук // Новітні тенденції розвитку демократичного врядування: світовий та український досвід: матеріали наук-практ. конф. за міжнар. участю. – Київ, 30 трав. 2008 р. : у 3 т. / За заг. ред. О.Ю. Оболенського, С.В. Сьоміна. – К.: НАДУ, 2008. – Т. 1. – 352 с.
8. Корпоративна культура: Навчальний посібник / Під заг. ред. Г.Л. Хаєта. – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 403 с.
9. Кох Р. Менеджмент и финансы от А до Я. — СПб.: Питер, 1999. – 496 с.
10. Макаренко М. Организационная культура как фактор успеха фирмы / М.А. Макаренко // Вестник СамГУ, 2004. – №3. – С. 70 – 80.
11. Шевченко Л.С. Конкурентное управление: Уч. пособие/ Л.С.Шевченко. – Харьков: Эспала, 2004.-520с.
12. Рюттингер Рольф. Культура предпринимательства (Перевод с нем.) / Рольф Рюттингер. – М.: ЭКОМ, 1992. – 240 с.
13. Закон України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» ВРУ 16.01.2003 №433-IV// [Електронний ресурс] / – К.: CD-вид-во «Інфодиск», 2008. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM): кольор.; 12 см. – Систем. вимоги: Pentium-266; 32 Mb RAM; CD-ROM Windows 98/2000/NT/XP. – Назва з титул. екрану.
14. Соціогуманітарний аспект інноваційно-технологічного розвитку економіки України / За ред. Л.І. Федулової. – К.: Ін-т екон. та прогноз., 2007. – 472 с.
15. Краснокутська Н.В. Інноваційний менеджмент: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2003. – 504 с.
16. Грошев І.В. Организационная культура / И.В. Грошев, П.В. Емельянов, В.М. Юрьев. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 288 с.
17. Литвинова Л. Сучасні проблеми формування організаційної культури державних службовців / Л. Литвинова // Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. – 2008. – № 3. – С. 53 – 59.
18. Миколайчук М. Підвищення ефективності регіонального управління на основі соціального контролінгу / М. Миколайчук // Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. – 2008. – № 3. – С. 166 – 172.
19. Практичні аспекти інвестиційної політики на місцевому рівні. – К.: Інститут Реформ, 2003. – 48 с.
20. Будзан Б. Менеджмент в Україні: сучасність і перспективи / Б. Будзан. – К.: Вид-во Соломії Павличко “Основи”, 2001. – 349 с.
21. Патора Р. Формування інноваційної культури як основи для розвитку інтелектуального потенціалу підприємства / Р. Патора, Н.А. Цимбаліста // Вісник національного університету «Львівська політехніка» Проблеми економіки та управління. – 2008. – № 628. – С. 603 – 607.

Надійшла 12.05.2009