

Зянько В.В. Система інноваційної управлінської стратегії підприємницької поведінки / В. В. Зянько // Вісник НУВГП. Економіка: 36. наук. пр. – Вип.3 (35). – Рівне, 2006. – С.64-69.

УДК 330.341.1

Зянько В.В., к.е.н., доцент, зав. кафедри “Фінанси і кредит”, декан ФФЗЕМ
Вінницького національного технічного університету

СИСТЕМА ІННОВАЦІЙНОЇ УПРАВЛІНСЬКОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ПОВЕДІНКИ

Розглядаються завдання і стратегія управлінської діяльності та поведінка підприємця як основного суб'єкта управління; досліджуються питання, пов'язані з управлінням інноваційними процесами та підготовкою менеджерів інноваційної сфери.

There have been considered the tasks and strategy of management activities as well as the behavior of entrepreneur as the main subject of management; there also have been studied the questions connected with management of innovation processes and training the managers of innovation sphere.

Кризові явища та процеси, притаманні будь-якій економіці, час від часу порушують усталені способи залучення людей до праці, провокують певну хаотичність і суперечливість розвитку, розладнують взаємодію елементів економічної системи при одночасному посиленні впливу на її розвиток внутрішніх та зовнішніх чинників трансформаційної системи. Це зумовлює необхідність постійного вдосконалення форм і методів регулювання економіки, координації діяльності всіх підприємницьких структур, підрозділів і служб кожного підприємства. Регулювання та координування дій господарських суб'єктів відбувається на основі управління, сутність якого полягає в забезпеченні цілісності та підтриманні заданого режиму діяльності господарської системи і всіх її підсистем шляхом налагодження безперервного обміну інформацією між підсистемами каналами прямого і зворотного зв'язку (між керуючою і керованою системами).

Проблеми управління ретельно аналізуються в науковій літературі. Але з широкого спектру питань, що розглядаються, ми хочемо привернути увагу до визначення завдань та стратегії управлінської діяльності, дослідження мети поведінки підприємця, як основного суб'єкта управління. Цим питанням великої уваги надають представники інституціоналізму. Зокрема, теоретики організаційних змін – Юген Вебер та Норберт Кноррен дотримуються вартісної орієнтації підприємця, вбачаючи основну ціль управлінської стратегії у зростанні вартості капіталу власників [1]. Відповідно, вони вважають, що головним завданням підприємця при здійсненні цієї мети є пошук найефективніших форм реалізації прав власника (власників).

Представники соціологічної теорії раціонального вибору, подібно до теоретиків неокласичного напрямку, пропонують іншу модель поведінки “людини економічної”, дії якої спрямовані на максимізацію власної вигоди. І хоча індивідуальна цілеспрямована дія, на думку Д. Коулмена, сама по собі ще не є такою, що максимізує вигоду [2], разом з тим він вважає, що методологічний індивідуалізм (аналіз індивідуальних дій господарських агентів) і без визнання лише однієї діючої особи – підприємця, може бути сприйнятий як такий, що максимізує вигоду агента. Представники ще одного напрямку інституціоналізму – теорії цільової раціональної дії, наполягають на врахуванні в дослідженні управлінської стратегії підприємницької поведінки тієї обставини, що у кожного суб’єкта є власні цінності і переконання, якими він керується приймаючи ті чи інші рішення, і закликають до критичного сприйняття приватної підприємницької ініціативи, вважаючи, що численні звички це не продукт цільового раціонального розрахунку, а результат обмеженої раціональності суб’єкта, що діє в умовах складного зовнішнього оточення. Тому вони виступають з ідеєю соціального контролю, замість захисту переваг конкурентної ринкової економіки, і вважають, що необхідно посилити державне втручання у відтворювальний виробничий процес. Нарешті представники інновативної дії, яка означає зміну звичного способу поведінки, переконують у тому, що процес розвитку залежить від пройденого шляху. Вони сприймають цілі як окремого підприємця, так і організації, як феномен історичного розвитку, продукт набутого досвіду, усвідомлених у попередній період цінностей, правил, звичок.

Отже, як бачимо, не дивлячись на те, що основні цілі управлінської поведінки підприємця представники різних наукових шкіл називають неоднакові, їх об’єднує при розгляді цього питання аналіз одних і тих же проблем – економічної влади, контролю над економікою, взаємодії підприємницького сектора і держави, у вирішенні яких визначальну роль відіграють інститути. Саме останні формують систему стимулів підприємництва і визначають мотивацію до підприємницької діяльності.

В Україні в цілому сформовані основні інститути підприємницького сектора – зростає частка приватної власності, поступово розвивається економічна конкуренція, існує ринкове ціноутворення, вдосконалюється система оподаткування. Відповідні органи створені і в системі державного управління – Державний комітет з питань розвитку підприємництва, Антимонопольний комітет, Комітет з питань захисту прав споживачів та ін. Разом з тим, існуючі державні і ринкові інститути функціонують недосконало, не вирішено багато питань пов’язаних з приватизацією та перерозподілом власності, не створено належного конкурентного середовища, нерозвинутим залишається венчурне підприємництво. Все ще на етапі формування знаходиться система управління інноваційними процесами: недостатньо розвинута інноваційна інфраструктура, власне інноваційне підприємництво, відсутній реальний дієвий ринковий механізм оцінки праці

підприємця, не подоланий монополізм виробника. Все це підриває мотивацію інноваційного підприємництва, котру ми розглядаємо як невід'ємну складову частину цілісної системи управління підприємством і як одну з основних його функцій. Також недосконалою є система оновлення та підготовки високопрофесійного персоналу і менеджерських кадрів, здатних активно і ефективно діяти в кожній конкретній ринковій ситуації.

Тому діяльність правових та соціальних інститутів повинна бути спрямована у першу чергу на формування сприятливого для розвитку підприємництва макроекономічного середовища. У той же час, ринкові відносини вимагають кардинальних перетворень і на мікрорівні – рівні окремих підприємств та організацій. Існує нагальна необхідність у підготовці сучасних менеджерів, які швидко сприймають нові економічні реалії, морально і професійно готові працювати на підприємницьких принципах – самостійно, ініціативно, брати на себе ризик і відповідальність, діяльність яких пронизують інновації.

На жаль, нині в Україні не вистачає десятків і сотень тисяч висококваліфікованих спеціалістів, менеджерів, здатних забезпечити інноваційний розвиток країни, які б мали чітке розуміння того, що інноваційна продукція – найважливіший сучасний компонент ринкових відносин, створена на основі використання останніх досягнень розвитку науки і техніки, вона дає змогу задовольнити потреби сучасного споживача, знизити суспільно-необхідні витрати на виробництво товарів, забезпечити розвиток існуючих і перспективних сфер ринку. Будь-яке заниження значення інноваційного підприємництва здатне послабити позиції у конкурентній боротьбі і, врешті, призвести до банкрутства у господарсько-виробничій діяльності. Тому питання, пов'язані з управлінням інноваційним процесом, постійно повинні перебувати в центрі уваги керівників підприємств та державних органів управління економікою, а також вищих навчальних закладів та академічних інститутів, які організовують підготовку менеджерів з інноваційної діяльності. Вкладання коштів у підготовку менеджерів у сфері інноваційної діяльності є однією з найефективніших форм інвестицій. Це зумовлено нинішнім бурхливим розвитком науково-технічного прогресу, тим, що сучасний ринок суттєво відрізняється від часів вільної конкуренції, коли економічні відносини виникали між агентами ринку, які нічого не знали один про одного. Сьогодні суспільні зв'язки між виробниками і споживачами стають стійкішими, з'являються можливості виявити імовірний ринковий попит і пропозицію, здійснити приблизну оцінку їх величини. Глибина і достовірність даних, що характеризують вимоги до ринку науково-технічної продукції і її пропозицію, суттєво залежать від об'єктивності проведення аналізу науково-технічної інформації, що надходить. Здійснюючи управління розробками науково-технічної продукції дуже важливо, щоб були якомога повніше враховані закономірності інноваційного процесу і його характер. Адже, відповідно до

мети, яку прагне досягти підприємець у своїй інноваційній діяльності, його економічний інтерес може бути орієнтований чи то на модернізацію і оновлення технології, щоб домогтись зниження середніх витрат виробництва, чи то на створення принципово нових товарів. При виборі напрямку інноваційного розвитку важливо, аби були враховані закономірності життєвого циклу виробу – періоду від початку його створення до часу, коли виріб перестає користуватися попитом на ринку і його виробництво зовсім припиняється. Одним словом, розробляючи стратегію розвитку фірми та здійснюючи внутрішньофірмове планування дуже важливо встановити закономірність зростання обсягу виробництва нового виробу, період його стабілізації та закономірність зниження випуску, визначити продуктивність виробу як у цілому, так і його складових частин.

При визначенні виробничих потужностей, термінів початку виробництва нової (альтернативної) продукції, обсягів та термінів виготовлення запасних частин і т. ін., треба враховувати не лише життєвий цикл, але й особливості кожної інновації. Якщо, наприклад, великим виявляється період циклу “науково-дослідна робота – експериментально-конструкторські розробки – впровадження”, то, плануючи розробки на перспективу, треба вирішувати проблеми, пов’язані з пошуком майбутнього замовника інноваційного продукту, виявити його вимоги до цього товару, визначити оптимальний період часу на розробку і освоєння нововведення.

Сукупність певних організаційно-економічних принципів, методів і форм управління всіма стадіями та видами інноваційних процесів, інноваційною діяльністю, зайнятими цією діяльністю організаційними структурами і їх персоналом на рівні первинних ланок економіки (фірм, компаній, корпорацій тощо) та інших її сфер – галузей, територій, економіки загалом, становить предмет інноваційного менеджменту. Кожна стадія і вид інноваційного процесу вимагають ефективного і специфічного управління.

Із врахуванням питань, які потребують прийняття управлінських рішень на кожній стадії інноваційного циклу, можна сформулювати наступні основні завдання інноваційного менеджменту:

- постановка мети і вибір стратегії інноваційної діяльності;
- складання плану реалізації вибраної стратегії;
- визначення потреб у ресурсах для реалізації поставленої мети на кожній фазі інноваційного циклу, постановка завдань перед співробітниками та організація їх роботи;
- здійснення досліджень і розробок, реалізація стратегічного плану;
- здійснення управління і контролю за інноваційним процесом, корегування дій з набуттям досвіду;
- оцінка ефективності інноваційних проектів, інноваційних управлінських рішень, застосованих нововведень.

Останнім часом традиційний менеджмент, безпосередньо пов’язаний з підприємництвом, отримав нові проблеми, які зумовлені зростаючою роллю

науки як безпосередньої продуктивної сили суспільства. Якщо раніше наукова сфера лише відповідала на нові запити виробництва та життєдіяльності людини, і накопичення нових знань відбувалось спонтанно, без якого-небудь видимого управління зовні, то з часом все більше стає очевидним, що такий підхід є недостатнім. Перехід науки на якісно нову ступінь розвитку знаменується перш за все тим, що нині наука стала багато в чому сама визначати та формувати нові потреби та запити людини. Менеджери наукової сфери стали повноправними учасниками дослідницьких робіт. Вони взяли на себе проблеми діагностування наукових колективів, що беруть участь в розробці конкретної теми, відбору кандидатур і формування наукових колективів, створення бази (матеріальної, інвестиційної тощо) для їх діяльності. Окрім того, сучасний менеджер наукової сфери – інноваційний менеджер, став постійно зосереджуватись на науці, наукових дослідженнях, часто забуваючи і про самого споживача нових знань. Але ж нові рішення, отримані в економічній сфері, в організації виробничого процесу, треба впроваджувати в практику. Для того, щоб нова наукова ідея знаходила своє застосування в потрібному напрямі і в потрібних масштабах, а не приносила шкоди людям й довкіллю, щоб не втілювалися безперспективні ідеї потрібно, аби інноваційний менеджер повернувся обличчям до споживача. Виникла гостра необхідність управління втіленням нововведень, їх соціальними і психологічними аспектами. Сучасному менеджеру необхідно прикладати чимало зусиль, щоб зорієнтувати суспільну думку на використання пропонованого нововведення, подолати існуючі на цьому шляху перепони технічного, економічного та організаційного характеру, спрогнозувати майбутні імовірні труднощі, дати їм оцінку і знайти можливі виходи з ситуації, що склалася.

Отже, інноваційний менеджер – це спеціаліст, чия діяльність пов'язана з творчістю, постійним прийняттям рішень у нестандартних ситуаціях, пошуком шляхів скорочення нераціональних витрат фірми на всіх стадіях просування винаходу на ринок – споживачеві інновації. Він постійно перебуває в пошуку ефективних шляхів і способів зниження господарських ризиків, що весь час переслідують фірму, та намагається створити комфортні умови роботи для співробітників.

Разом з тим, там де менеджер не поєднує одночасно функцій власника, його зацікавленість у результатах діяльності і відповідальність часто виявляються обмеженими величиною оплати праці чи отриманого доходу, але не всього капіталу, що за певних обставин може послаблювати мотивацію до здійснення ефективного управління. Тому керувати найбільш важливими напрямками діяльності підприємства та контролювати його розвиток повинен все таки не найманий менеджер, а як управлінець – підприємець. Новаторська (інноваційна) функція підприємця-власника завжди виражена сильніше за найманого менеджера, оскільки відзначається органічною взаємодією складових мотивацій до праці, матеріальних і моральних

стимулів. “У структурі підприємця як новатора тісно поєднуються два аспекти – матеріально-мотиваційний, пов’язаний з ринковою оцінкою його діяльності, розмірами винагороди, та загальноекономічний, пов’язаний з реалізацією індивідуальних здібностей, можливостями прояву потреби до самостійної ініціативної діяльності” [3, с.60]. Саме поєднання функцій менеджера і власника, науково-технічних знань, інноваційної діяльності і підприємництва забезпечує найбільший ефект.

Отже, уряд та парламент повинні всіляко сприяти появі в країні справжнього підприємця-новатора, який знає ринкову науку і вміє застосовувати її на практиці, котрий має вміння володіти власністю, інвестувати зароблені кошти в бізнес, у якого є талант організатора ринкового виробництва, якому притаманні особлива чутливість до знаходження нових прибуткових можливостей в умовах нерівноважного стану економічної системи, вміння бачити результати і придумувати способи їх досягнення. Для цього потрібно сформувати ефективну систему підготовки і підвищення кваліфікації фахівців з сучасного менеджменту підприємницької діяльності. Слід підвищити ефективність використання коштів, що значними сумами вкладаються в цю справу, перетворити її в органічну частину роботи з кадрами.

Організація підвищення кваліфікації спеціалістів з менеджменту інноваційної діяльності передбачає формування економічних та правових умов, які б зацікавлювали створення бізнесової справи, сприяли оволодінню широким колом менеджерів, підприємців, керівників і службовців достатнім рівнем спеціальних знань та практичних навичок, необхідних для вироблення сучасного економічного мислення, та їх ефективного використання в організації підприємницької діяльності на інноваційній основі. Вищим навчальним закладам разом з академічними інститутами слід розробити необхідні програмні, методичні та навчальні матеріали з базових дисциплін, зокрема, з інноваційного менеджменту, маркетингу інноваційних продуктів, управління інноваційними проектами, комерціалізації результатів науково-технічних розробок та інших, які формують знання у сфері менеджменту інноваційної діяльності. Організація підготовки інноваційних менеджерів повинна проводитись на основі попереднього виявлення у тих, хто побажав стати фахівцем з менеджменту, лідерських та організаторських здібностей, хисту до творчого мислення.

Окрім посилення відповідальності за підготовку і перепідготовку фахівців у сфері інноваційного менеджменту, потрібно створювати і належну психологічну атмосферу для розвитку інноваційного підприємництва.

1. Бешорнер Т. Управление предприятием: еще один взгляд на стоимостную ориентацию // Проблемы теории и практики управления. – 2001. - №2. – С.98-103.
2. Coleman J.S. Grundlagen der Sozialtheorie, Band 1: Handlungen und Handlungssysteme, München. – 1991.

3. Сизоненко В.О. Підприємництво в структурі ринкової економіки. Монографія. – К.: Інститут економіки і права “Крок”, 2003. – 312с.