

ФОРМИРОВАНИЕ МОДЕЛИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ КАК УСЛОВИЕ ПРОЦЕССА СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

Старовойт Елена

Национальный педагогический университет им. М. П. Драгоманова, Киев, Украина

Аннотация

Актуальность темы исследования заключается в том, что проблема внедрения инноваций и их диффузия приобретает в современных условиях огромное значение, так как от их внедрения зависит процесс социальных изменений. Руководитель должен разработать этапы внедрения инноваций, акцентировать внимание на тех агентах изменений, которые смогут внедрить инновации в процесс управленческой деятельности. Цель управления – разработка модели внедрения инноваций и расширение границ их внедрения, которые проникают во все сферы жизнедеятельности – от принятия решений до маркетинга, коммуникаций, которые детерминируют процесс социальных изменений в организациях.

Проблема исследования в том, что для эффективного управления следует отработать надежные механизмы преодоления косности управления и перехода к новому – инновационно-стратегическому управлению, в основе которого диффузия инноваций и вовлечение в этот процесс все большего количества людей и управленцев. Выдвигается гипотеза, что процесс внедрения инноваций в практику управленческой деятельности усилит самоорганизующее начало, преодоление нестабильности организаций и переход их на более высокий качественный уровень управления.

Задача исследования – проанализировать модель инновационного развития организации, которая позволила бы успешно управлять этой организацией.

Методология исследования сводится к совокупности методов – системный, структурно-функциональный, синергетический, которые позволяют проникнуть в сущность инноваций, их виды и структуру, решить проблемы организации, внедрить инновационные технологии и продвинуть организацию на уровень инновационного развития.

Результат исследования – формирование модели инновационной организации, которое занимает длительное время, рассчитанное на определенные этапы ее продвижения к уровню инновационности.

Выводы. Данная модель инновационного развития организации включает культивирование инноваций как движущей силы развития организации, наличие руководителей как агентов инновационных изменений, разработку модели инновационного менеджмента, в основе которой инновационные технологии и диффузия инноваций на все уровни управления.

Ключевые слова: инновации, инновационный процесс, процесс социальных изменений, диффузия инноваций, инновационные технологии, инновационная организация

Введение

Актуальность исследования. Актуальность исследования формирования модели инновационного развития организации как условия процесса социальных изменений в том, что организация начинает организовывать свою деятельность на основе развития инноваций, что и способствует формированию инновационного менеджмента. Когда нормы социальной системы (организации) приемлют изменения, то и организация в лице своих лидеров становится инновационной. Поэтому лидеры организаций должны соответствовать нормам системы, чтобы в организации внедрялся инновационный менеджмент. Нормы системы

должны содействовать инновационности, а организация должна быть заинтересована в появлении таких лидеров. Лидеры, которые содействуют инновационности, есть агентами изменений, внедряют нововведения в организации и содействуют формированию модели инновационного менеджмента.

Проблема исследования – внедрение инновационного менеджмента зависит от наличия той критической массы инновационности, которая превалирует в организации, и которая становится достаточной для того, чтобы ту или другую инновацию приняли в организации. Организация – стабильная система индивидов, которые работают вместе для достижения общественных целей с использованием служебной иерархии и разделения труда. В то же время инновация должна стать интерактивной, которую в первую очередь должна принять «критическая масса индивидов», а потом распространиться на всю организации. Критической массы ее внедрения следует достичь на самом начальном этапе ее формирования, ибо темпы ее внедрения будут достаточно медленными, а после прохождения точки диффузионного процесса, ее темпы внедрения будут возрастать (Андрюкайтене, и др., 2017).

Цели исследования – обосновать модель инновационного менеджмента в организациях как самого популярного и эффективного управления в западных организациях, которые содействуют сплочению организации и ее выхода на качественно новый уровень развития.

Методы и методология – системный, структурно-функциональный, институциональный и синергетический методы и подходы, которые позволяют по-новому посмотреть на организацию как сложный социальный организм для того, чтобы реализовать широкомасштабные цели внедрения и диффузии инноваций, поставленные перед организацией (Воронкова, 2012).

Результаты исследования

Словари определяют инновацию на общенаучном уровне, сохраняя при этом ключевые признаки – нововведение, внедрение, высокую эффективность, результат интеллектуального решения. Инновации – это внедренное новшество, обладающее высокой эффективностью (Voronkova и др., 2016). Инновация – это результат инвестирования в разработку и получение нового знания, ранее не применявшейся идеи по обновлению сфер жизни людей (технологии, изделия, организационные формы существования социума, такие как образование, управление, организация труда, обслуживание, наука, информатизация) и последующий процесс внедрения с фиксированным получением дополнительной ценности (стоимости). Модернизация общества как процесс социальных изменений возможна лишь на культурном базисе, сущность которого составляет инновационное развитие. Инновация – это идея, практика или объект, которые индивид или другой субъект воспринимает как новые, – отмечает Эверетт М.Роджерс в книге «Диффузия инноваций» (Роджерс, 2009).

Инновационный менеджмент в организации становится эффективным после того, как инновация принята социальной, культурной и коммуникационной технологией, которые внедряют как бы новый дух в развитие этой технологии, которая превращается в силу, которая одолевает всем коллективом, и становится принятой массами. Многие инновации

связаны и детерминированы внедрением информационных технологий, которые свидетельствуют о повышении культуры организации. Исследование новых коммуникационных технологий связано с повышением уровня интеллектуальности организации и ее культуры. Инновационность в организациях приводит к эффективным изменениям всех структурных уровней организации как единого целого.

Структура организации должна иметь позитивное влияние на инновационный процесс в организации. Новые коммуникационные технологии требуют кардинального изменения человеческого поведения, серьезного обучения, что способствует соединению информационного, инновационного и культурного менеджмента и требуют распространению диффузий инноваций, в основе которых развитие трудового потенциала в контексте категорий рабочая сила, человеческий потенциал, человеческий капитал и трудовые ресурсы (Кравченко, 2012).

Установление количественных, качественных, временных, пространственных и других связей между отдельными составляющими и предстает сущность инновационной организации как процесса. Главным потенциалом формирования и развития целенаправленной жизнедеятельности человека является стремление человека к высшим формам реализации организации в виде прогресса, так и в виде системы. Инновационное развитие основывается на внедрении новой техники и передовых технологий. Сущность инновационной организации не исчерпывается смыслом нововведений, она (сущность) имеет культуротворческую природу. На практике, в менеджерской деятельности развитие экономики следует рассматривать как социокультурное явление, что требует создания условий для развития инноваций во всех сферах общественного устройства, которые будут играть роль ресурсной поддержки. В условиях перехода к рыночным отношениям, естественно необходим и приоритет маркетингового подхода (Максименюк, 2015).

Инновационный процесс в организации представляет собой синергию науки и техники, с одной стороны, государства, образования и предпринимательства, – с другой. В основе инноваций как сложного социального, экономического и культурного феномена – интеллектуальный и культурный ресурс, что и делает инновацию культурологическим феноменом. Инновацию можно рассматривать как главный механизм развития человекодержущих систем, основанный на интеллектуальном ресурсе для получения дополнительной ценности – позитивного новообразования в культуре, достижения новой степени развития системы в ее стремлении к саморазвитию. Как отмечают В. Старжинский и В. Цепкало, различают несколько видов инноваций: 1) технические (продуктовые) – характеризуют производство товаров с новыми или улучшенными свойствами; 2) технологические – возникают при совершенствовании способов изготовления продукции; 3) организационно-управленческие – связаны с рационализацией управления производства, транспорта, сбыта и снабжения; 4) социальные – направлены на улучшение условий труда, решение проблем правового, налогового, кадрового регулирования (Старжинский и др., 2016).

Инновации – принципы-тезисы-постулаты конструирования инновационных технологий, максимы поведенческой деятельности, которые производят трансформации в организа-

ции, представляющие процесс социальных изменений. Как правило, инновации проявляются в определенных процессах, что направлено на формирование определенной социокультурной парадигмы, которая отражает специфическую действительность организации, модернизируя компоненты инновационного процесса (Олексенко, 2015). Инновации напрямую зависят от способностей, талантов субъектов инновационного процесса, спроецированные на социокультурные преобразования. Принятие решений относительно инновации и ее внедрения в организации, по сути, означает информационно-поисковую и информационно-предметную деятельность, к осуществлению которой индивида толкает желание уменьшить неопределенность относительно приоритетов и недостатков тех или иных преимуществ и недостатков инновации. На этапе ознакомления индивид преимущественно ищет данные об информационной компоненте, воплощенной в технологической инновации, информацию, которая уменьшает неопределенность относительно причинных связей, на которых держится способность инновации решить проблему (Синяева, и др., 2007). На этом этапе индивид стремится узнать суть инновации, а также как она работает. На этапе принятия решений индивид ищет информацию с оценкой инновации, чтобы уменьшить неопределенность относительно ее последствий. Субъективные оценки новой идеи имеют особенно большие шансы повлиять на индивида на этапе принятия решения. Инновационность – это свойство, которое означает преимущества новой идеи, которая рассчитана на дальнейшую диффузию и ее распространение в организации.

Модель инновационного развития организации как условие процесса социальных изменений включает исследование инновации как новой коммуникационной технологии, которая дает новое дыхание исследованию инноваций в организации (А.Вен де Вен). Изучение процесса инноваций в организациях представляет совокупность решений и действий. Внедрение инноваций в организациях считается важной проблемой, которую следует решать руководству (Олексенко, 2013).

В нынешних условиях успешность проведения реформ в экономике зиждется на непрерывном процессе создания инноваций, прежде всего в области новой техники и технологий. Формальное описание процедур деятельности по разработке и внедрению инноваций и их внедрению заключается в инновационном цикле, который начинается с идеи, нового решения проблемы, создания технологий, а затем на этой основе производства товаров и реализации их на рынке конкретным потребителям (Олексенко, 2010). Методология экономического знания выделяет коммерциализацию как решающий, определяющий фактор инновационного развития. Для создания инновационного механизма организации необходима социально-правовая поддержка рыночных стимулов и технологическая модернизация, которая невозможна без социальной, что делает ее особенно актуальной, имеющей практическое значение. Специфика технологий инновационного развития состоит в том, что они основываются на широком использовании интеллектуального труда и интеллектуального ресурса. Это означает, что модернизация организации будет успешной тогда, когда будет учитываться интеллектуальный ресурс, интеллектуально-технологическая компонента. Инновационное развитие становится приоритетом организации как развивающейся системы и

содействует ее эффективности. Инновации выступают также и элементом культуры, что трансформирует инновационный менеджмент в инновационно-культурный. Культура не только меняет мировосприятие людей, но и приводит к переменам в экономических и социальных системах. Сфера культуры как высоркотехнологическая отрасль инновационно-культурного менеджмента реализуется посредством культурных проектов. Инновационная составляющая развития культурных проектов будет содействовать развитию творческого потенциала специалистов культурной отрасли и повышению престижности культурных профессий (Олексенко, и др., 2017).

В последнее время в мире в качестве универсальной инновационной стратегии развития была выдвинута модель креативного города как инновационной модели развития, связанная с именем Ч. Лэндри (Лэндри, 2014). Эта концепция исходит из того, что основным инновационным критерием развития креативного города является его способность обеспечить инфраструктуру для роста социального (интеллектуального, человеческого) капитала, вносящего возрастающий вклад в развитие сегментов информационного пространства города. Концепция креативного города вписана в глобальные инновационные движения технологии, капитала и трудовых ресурсов. При этом наиболее активным субъектом построения креативного городского пространства признается особый креативный класс, который изначально отличается высоким социальным капиталом.

Перед государством поставлена задача применения инноваций в ведущий фактор экономического роста во всех сферах экономики, чтобы обеспечить переход к формированию новой технологической инновационной базы. Также в рамках данной модели развития необходимо уделить особое внимание развитию человеческого потенциала как главной составляющей как креативного города, так и всей инновационной системы. Главным способом достижения поставленной цели является переход экономики на инновационную социально-ориентированную модель развития. Следует выделить основные функции построения инновационного государства: 1) государство является гарантом для развития бизнеса, страхует вложения от непредвиденных рисков, стимулирует активность бизнеса, что позволяет делать инновационную сферу более привлекательной для новых инвестиций; 2) государство является регулятором налоговой системы и может предоставлять льготы для высокотехнологических предприятий, осуществляющих деятельность в инновационном секторе экономики; 3) государство диктует условия для фундаментальных исследований, которые в будущем будут использованы для специализированных отраслей производства инновационной продукции (Старовойт, 2017).

Инновационная модель проведения бизнеса должна стать доминирующей в рамках развития организаций в целях повышения эффективности и занятия лидерских позиций на рынках, а также в технологической модернизации ключевых секторов экономики, определяющих место и роль Украины на мировом рынке конкуренции. Государство должно обеспечить формирование благоприятного инновационного климата, включая создание условий и стимулов для инновационной деятельности, а также благоприятных условий для использования инноваций во всех видах деятельности, так как государство является главным

инициатором изменений. В настоящее время стратегия инновационного развития активно сменяет научно-техническую деятельность и становится основным приоритетом хозяйственно-экономической сферы. В этой стратегии интеллектуальный ресурс в виде науки и образования, а также их определенных результатов превращается в определяющий фактор экономического роста. Экономика знаний становится симбиозом креативности человека и морально-правовых норм хозяйствования, имеющих глобальное измерение. В качестве инноваций выступают комплексные человекообразные проблемы, носящие междисциплинарный характер, создаются новые организационные формы выполнения исследований и разработок.

Результат исследования – формирование модели инновационной организации, которое занимает длительное время, рассчитанное на определенные этапы ее продвижения к уровню инновационности. Данная модель инновационного развития организации включает культивирование инноваций как движущей силы развития организации, наличие руководителей как агентов инновационных изменений, разработку модели инновационного менеджмента, в основе которой инновационные технологии и диффузия инноваций на все уровни управления.

Выводы и практические рекомендации

1. Инновационный менеджмент содействует формированию инноваций как интеллектуального потенциала и ресурса организации, который переходит в прибавочную стоимость.
2. Инновационный менеджмент содействует формированию креативно-инновационной экономики, в основе которой развитие креативного капитала.
3. Инновационный менеджмент содействует формированию креативной личности, которой принадлежит будущее организаций, в основе которых инновационная культура менеджмента.

Литература

- Андрюкайтене, Р., Воронкова, В. Г., Кивлюк, О. П., Никитенко, В. А. (2017). Становление и развитие smart-общества как высокоразумного, высокотехнологического, высокоинтеллектуального. Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії, Вип. 71, с. 17–25.
- Воронкова, В. Г. (2012). Формування синергетично-рефлексивної моделі самоуправлінського суспільства: цивілізаційний контекст. Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: збірник наукових праць. Запоріжжя: ЗДІА, Вип. 49, с. 17–28.
- Voronkova, V., Maksimenyuk, M., Nikitenko, V. (2016). Humanistic management in the context of phylosific anthropology: human dimension. Нова парадигма: Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова. Київ. Вип. 129, с. 64–76.
- Роджерс, Е., М. (2009). Дифузія інновацій. Пер. з англ. Василя Старка. Київ: Вид. дім «Києво-Могилянська академія».
- Кравченко, І. М. (2012). Аналіз категорій трудовий потенціал в контексті категорій робоча сила, людський потенціал, людський капітал та трудові ресурси. Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: збірник наукових праць. Запоріжжя: ЗДІА. Вип. 51, с. 124–131.
- Лэндри, Ч. (2014). Креативный город. Москва.: Классика XXI.

- Максименюк, М. Ю. (2015). Організації як об'єкт публічного адміністрування: теоретико-методологічні виміри // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. Вип. 63, с. 234–248.
- Олексенко, Р. І. (2015). Вплив комунікацій на ціннісні орієнтири особистості. Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. Вип. 62, с. 65–73.
- Синяєва, Л. В., Олексенко, Р. І., Плаксіна, І. М. (2007). Екологічні проблеми України та шляхи їх вирішення // Вісник Сумського національного аграрного університету, 4, с. 12–15.
- Олексенко, Р. И. (2013). Философия образования как неотъемлемый фактор экономического развития общества. Социосфера, 3, с. 19–26.
- Олексенко, Р. І. (2010). Управління продуктивністю праці на підприємствах. Київ: Агросвіт, 11, с. 46–48.
- Олексенко, Р. І., Молодиченко, В. В. (2017). Концептуальні пріоритети формування сучасної людини економічної. Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. Вип. 70, с. 164–175.
- Старжинский, В. В., Цепкало, В. В. (2016). На пути к обществу инноваций. Минск: РИВШ.
- Старовойт, О. В. (2017). Формування інноваційних засад концепції інформаційно-культурного менеджменту в контексті міждисциплінарного простору. Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. Вип. 71, с. 76–82.