

Хомич Л., аспірантка
Хмельницький національний університет
м. Хмельницький, Україна

ПОВЕДІНКОВІ СТЕРЕОТИПИ І РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Розвиток глобальної економіки характеризується інформаційною перенасиченістю простору ринкової взаємодії економічних гравців. Це посилює значення інтелектуальних ресурсів у формуванні конкурентних переваг сучасних підприємств, адже в основі таких переваг – релевантне і своєчасне використання переваг інформаційної асиметрії для створення й матеріалізації нових знань, їх реалізації у продуктових чи процесових інноваціях. Новизна і невизначеність результатів інноваційних процесів приваблює креативних людей (які генерують ідеї) та компетентних управлінців (лідерів), які беруть на себе сміливість реалізації таких рішень, керуючись власною інтуїцією і логікою економічних законів, а також – реалістичним сприйняттям дійсності. Усе зазначене вписується в коло питань, які досліджує поведінкова економіка [1]. Поєднуючи економіку і психологію, відображаючи їх зв'язки між собою, вона описує і пояснює поведінку суб'єктів економічної взаємодії в ході різноманітних ринкових трансакцій – як у організаційному просторі підприємства (відносини між власниками капіталу і найманими працівниками – як власниками свого інтелектуального капіталу), так і в глобальному ринковому просторі (трансакції між виробниками продуктів і послуг). На прийняття їх рішень впливає багато чинників – не тільки суто економічних, а й тих, що лежать у площині цінностей людини, її життєвих пріоритетів, психотипу, а також – неписаних, але підтримуваних усіма правил соціуму, в якому перебуває людина тощо.

Особливо важливо забезпечити результативність організаційної взаємодії у інноваційних процесах, що потребує ефективного управління ними. Виокремлення поведінкових чинників результативності інноваційної діяльності, і визначено метою даного дослідження.

Підвищення внеску інноваційних чинників у формування конкурентоспроможності підприємств є нагальним завданням для вітчизняного бізнесу. Власне, і всі аспекти управління розвитком підпорядковуються цій меті – розвиток (якісні зміни, інновації) відбувається не тільки з метою усунення слабких ланок у бізнес-процесах підприємства, а й для створення нових процесів, що відрізняються унікальністю і тим самим дають змогу випереджати конкурентів. В обох випадках в інноваційний процес залучаються наймані працівники, від яких роботодавці очікують ініціативності, творчості, винахідливості, наполегливості, сумлінності та інших проявів робочої поведінки, завдяки яким і можна досягти бажаного результату.

Проте в Україні багато найманих працівників змушені працювати в напівлегальних умовах, отримуючи офіційно в кращому випадку лише мінімальний рівень заробітної плати, в гіршому – працюючи без офіційного працевлаштування. Не будучи офіційно введеним у штат персоналу підприємства,

у своєму ставленні до роботи такий працівник проявлятиме переважно «виконавчість», дотримуючись встановлених правил робочих відносин. Малоімовірно, що він буде активно включатися у вирішення виробничих проблем, і тим більше – проявлятиме активність у відстоюванні свого права на професійний розвиток. Крім того, через низький рівень заробітної плати на більшості вітчизняних підприємств в останні роки відбувається інтенсивне вимивання кваліфікованих фахівців за кордон. І в середовищі найманих працівників сформувався стійкий поведінковий стереотип – як платять, так і працюю. А в середовищі працедавців – як працюєш, так і платитиму. І кожен прагне мінімізувати свій внесок у спільну роботу і максимізувати віддачу від використання ресурсів і можливостей іншої сторони.

Можна стверджувати, що ці поведінкові стереотипи, на додачу до макроекономічних чинників, суттєво впливають на інноваційну активність підприємств і, тим більше, на її результативність. Як наслідок – з кожним роком внесок інноваційних чинників у результати діяльності промислових підприємств знижується (табл. 1, побудована за даними Держкомстату України без урахування тимчасово окупованих територій [2; 3]).

Таблиця 1

Показники результативності інноваційної діяльності промислових підприємств України

Показники	Роки							
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Загальний обсяг реалізації промислової продукції, млн.грн	1305	1367	1322	1428,8	1776,6	2158	2625,8	2508,6
Частка інноваційної продукції у загальному обсязі реалізації промислової продукції, %	3,8	3,3	3,3	2,5	1,4	-*	0,7	0,8
Обсяги реалізації інноваційної промислової продукції, млн.грн**	49,59	45,11	43,63	35,72	24,87	-	18,38	20,07

Примітки: *за цим показником дані за 2016 р. відсутні у офіційній статистиці; ** авторські розрахунки

Можна припустити, що значне погіршення результативності у цій сфері діяльності пояснюється відсутністю належного стимулювання інноваційної праці, що не спонукає до залучення у цю діяльність талановитих і здібних людей. Підтвердженням цього є стрімке зменшення кількості працівників, які були задіяні у сфері НДПКР в останні роки [3]. Якщо в 2014 р. їх кількість складала 136123 особи, то в 2018 р. – тільки 88128, тобто, на 35,2% менше (дані наведено без урахування тимчасово окупованих територій України). З них тих, що мають науковий ступінь доктора наук – відповідно з 9983 до 7043 особи (30,4%), кандидата наук – з 37082 до 18806 (50,7%). Тобто, найбільший відтік наукових кадрів відбувся саме в категорії молодих науковців (переважно ті, що здобувають науковий ступінь доктора філософії) – майже наполовину менше стало таких працівників, задіяних у процесах НДР (розрахунки проведено за [3]).

Очевидно, що для результативності інноваційної діяльності необхідно змінювати усталені стереотипи у відносинах роботодавця-найманий працівник, зокрема – адекватно винагороджувати результативну інтелектуальну працю найманих працівників, розвивати за рахунок підприємства їх фахові компетенції і творчі здібності, заохочувати їх до прояву ініціативи та стимулювати до пошуку нових рішень. Але для цього вони мають бути вмотивовані. Тому робота з кадрами (в частині формування компетентної і мотиваційної основи їх індивідуальної та групової поведінки) має бути в зоні постійної уваги керівництва сучасного підприємства – адже загальний успіх значною мірою визначається здатністю індивідів до синергії спільної діяльності.

Остання досягається обґрунтованим та адресним вибором важелів стимулювання з урахуванням не тільки фахових компетентностей працівників, а й здатності їх до командної роботи. Для розвитку цієї здатності доцільно культивувати відповідні цінності через корпоративну культуру, яка має значний потенціал формування поведінкових стереотипів у організаційному середовищі.

Корпоративна культура є об'єднуючим елементом соціальної складової внутрішнього середовища підприємства – адже закладені в ній цінності сприймаються усіма працівниками як необхідні умови досягнення як особистісного, так і корпоративного успіху. В сукупності вони визначають загальну економічну поведінку підприємства в ринкових ситуаціях – його принципи ведення бізнесу, основні цільові установки на способи й форми ведення конкурентної боротьби – будуть вони узгоджуватись з ціннісно-нормативними настановами суспільства чи ні. Розвиток корпоративної культури в контексті концепції соціальної відповідальності й сталого розвитку має підкріплюватися відповідними мотиваційними заходами, що в підсумку закладатиме мотиваційну основу зміни поведінкових стереотипів найманих працівників.

Розвиток та впорядкування процесів організаційної взаємодії у внутрішньому організаційному просторі здійснюється насамперед під впливом чинників зовнішнього середовища. Серед них домінуючу роль відіграють чинники інституційні, які формально або неформальним чином регламентують економічну поведінку суб'єктів господарювання, окреслюючи поле вибору оптимальних рішень у процесах обміну ресурсами і товарами. Вони створюють певні обмеження для набуття значних конкурентних переваг особливо агресивними учасниками ринку, які нехтують інтересами суспільства і, навпаки, надають певні переваги тим із них, діяльність яких є суспільно-цінною. Дослідження впливу формальних і неформальних інститутів на розвиток поведінкових стереотипів учасників процесів обміну ресурсами і товарами у організаційному просторі вітчизняних підприємств і визначено предметом наступного етапу досліджень.

Використана література:

1. Талер Р. Новая поведенческая экономика. Почему люди нарушают правила традиционной экономики и как на этом заработать. Москва: Эксмо, 2017. 368 с.
2. Обсяг реалізованої промислової продукції за видами діяльності [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua> (Дата звернення 15.02.2020 р.).
3. Наукова та інноваційна діяльність (2000-2018 рр.) [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua> (Дата звернення 15.02.2020 р.).