

Летуновська Н.Є.,

аспірант кафедри маркетингу та управління інноваційною діяльністю

Сумський державний університет

СОЦІАЛЬНІ ІННОВАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

Постановка проблеми. Для сучасного суспільства характерним є новий рівень економічного та соціального розвитку. За порівняно короткий період відбулися істотні якісні зміни у всіх сферах життєдіяльності колишніх республік СРСР та колишніх соціалістичних країн Центральної та Східної Європи. Доцільно говорити про початок трансформації, пов'язаної зі зміною економічної системи. Колишні соціалістичні країни, зокрема Україна, потрапили в ситуацію «потрійного переходу» – від планової економіки до демократичних інститутів, від централізованого до територіально-диференційованого управління, від відносно відокремленого до глобального ринку. де третій елемент?. Державні трансформаційні зміни охопили й соціальну сферу суб'єктів господарювання.

У кінці ХХ – на початку ХХІ століття набуває популярності ідея переорієнтації вітчизняної економіки на інноваційний шлях розвитку. Слід зауважити, що тривалий час інноваційними факторами, що здійснювали позитивний вплив на діяльність підприємств, вважали первинні (технічні) та вторинні економічні, переважно з інвестиціями у основний капітал. Інноваціям соціального характеру приділялося недостатньо уваги. Зазначимо, що з усіх видів вторинних інновацій саме ці є найменш вивченими, тому як наслідок – важко спрогнозувати їхній подальший розвиток.

У теперішній час зростаючий інтерес компаній до соціальних інновацій викликаний популярністю концепції соціальної відповідальності бізнесу. Їхнє керівництво поступово усвідомлює обов'язковість активізації інноваційної діяльності в соціальній сфері як умову підвищення конкурентоспроможності суб'єкта господарювання. У цих умовах особливо актуальним стає поглиблення

теоретичних аспектів соціальної діяльності підприємств та з'ясування ролі соціальних інновацій за мінливої економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Соціальні інновації з'являються у 60-х роках ХХ століття у дослідженнях таких учених як П. Друкер [1] та М. Янг [2]. У 70-х роках ХХ століття цей термін почали використовувати П. Розанвалон [3], Ж. Фурн'є та Ж. Аталлі [4]. Починаючи з 80-х років ХХ століття, у працях, присвячених технологічним змінам усе більше уваги приділяється соціальним факторам та їхньому впливу на поширення технологій. Й. Шумпетер [5], наприклад, вивчав інноваційні процеси у складі розробленої ним теорії «креативного зрушення» та запропонував розглядати діяльність підприємств як можливість використання соціального досвіду для створення нових продуктів і послуг новітніми способами. Серед сучасних науковців, що займаються дослідженням питань соціальної інноватики, можна виділити Гриненка А. М. [6], Шпильова В. О., Коваль О.О. [7], Карлинську О. В. [8] та ін. Проте, концепція соціальних інновацій ще мало висвітлена у працях вітчизняних учених, немає розробок дієвого механізму впровадження соціальних нововведень на підприємстві, що й складає предмет дослідження.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз ролі та місця соціальних інновацій у діяльності суб'єкта господарювання. Також завданням даного дослідження є з'ясування сутності соціальних інновацій, виокремлення складових соціального потенціалу підприємства та аналіз ступеня його розвитку серед українських компаній, розроблення механізму упровадження інноваційних соціальних заходів у діяльність суб'єкта господарювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Позитивні зміни в економіці забезпечуються сукупністю результатів ефективної діяльності суб'єктів інноваційного процесу. Ці результати являють собою первинні та вторинні інновації. До першої групи відносяться технічні нововведення. Вони є завершальним етапом ланцюжка, зорієнтованого на управління виробництвом продукту, визначають професійні обов'язки як окремого фахівця компанії, так і

всього колективу. Функціональна діяльність персоналу підприємства дає змогу стверджувати про існування організаційних, економічних, соціальних та юридичних інновацій. Це вторинні інновації (підкреслюємо вторинні, а не побічні чи другорядні) [9]. На рис. 1 наведено класифікацію інновацій на підприємстві за розподілом їхніх сфер впливу.

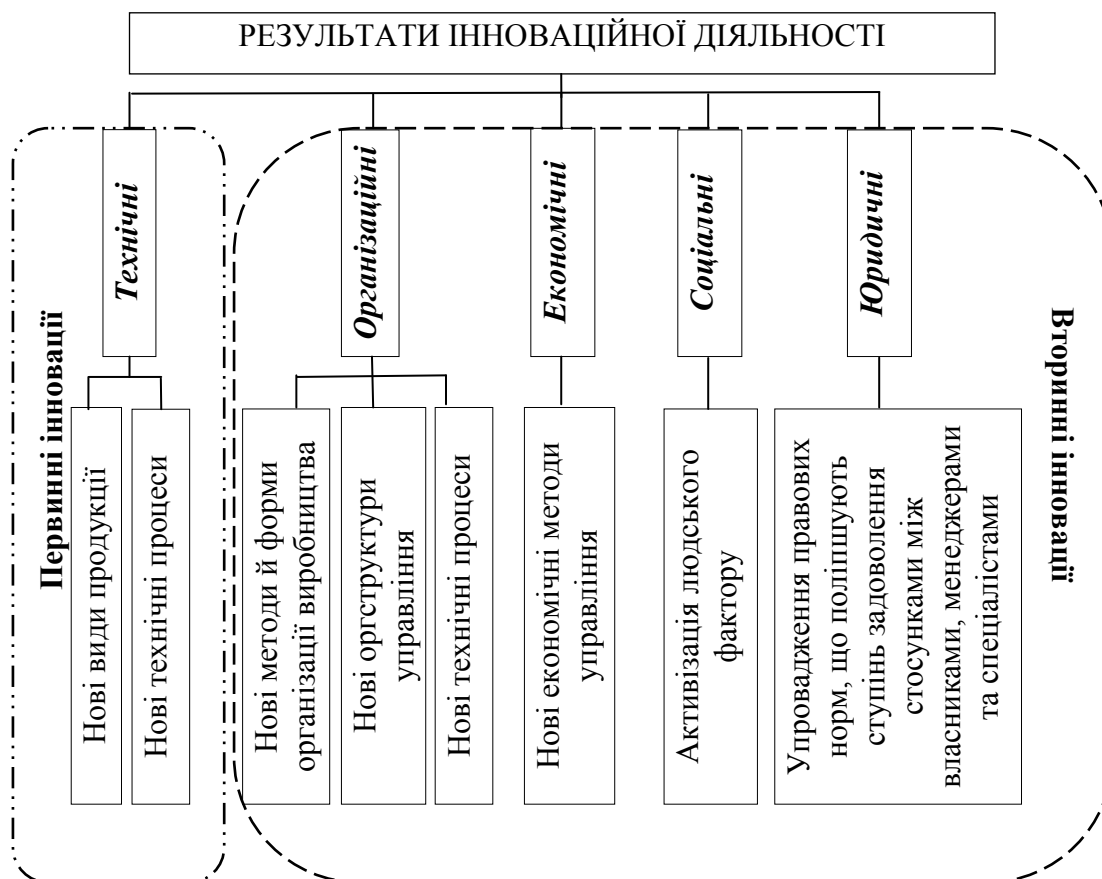


Рис. 1. Класифікація результатів інноваційної діяльності на промислового підприємстві

Джерело: складено на основі [10]

Технічні інновації як результат інноваційної діяльності можуть являти собою принципово нові види продукції, істотно чи частково покращені різновиди виробів, що передбачає використання вдосконалених технологій, або нову сферу застосування продукції компанії. До організаційних інновацій відноситься підвищення рівня діяльності маркетингових служб підприємства, реструктуризація, запровадження новітніх комунікацій, створення ефективних каналів розподілу тощо. Під економічними інноваціями розуміється

впровадження прогресивних методик прогнозування, планування в умовах трансформації, методів ціноутворення та ін. Юридичні інновації передбачають періодичне оновлення законодавчої бази підприємства з урахуванням правових норм. Фактично, це креативні зміни організаційно-правових форм, на базі яких діє компанія. Якщо первинним та частково вторинним (економічні, організаційні, юридичні) упровадженням приділяється увага у працях вітчизняних учених, то соціальні інновації мало вивчені, адже навіть концепція соціальних інновацій, що формується в теперішніх умовах економічного розвитку, має багато теоретичних та методологічних розбіжностей.

Важливим кроком на шляху вдосконалення концепції соціальних інновацій є визначення поняття інновації в соціальній сфері та її особливостей. Сучасна наука дає класичне визначення соціальним інноваціям, яке включає в себе процес виникнення нових методів та технологій, форм соціальних відносин, які сприяють покращанню ефективності суспільної соціальної політики, тоді як в організаційному контексті *соціальні інновації* – це процеси, що сприяють переходу на новий рівень розвитку всієї системи підприємства, призводять до суттєвих та необоротних змін у взаємодії між членами колективу, направлені на задоволення їхніх нових духовних та інтелектуальних потреб.

Метою соціальних інновацій на підприємстві є вдосконалення системи соціального розвитку організації. До таких удосконалень відносяться: розвиток і підтримка нових соціальних цінностей організації; упровадження новітніх методів навчання та адаптації персоналу; удосконалення системи мотивації праці; фінансування розвитку об'єктів соціальної інфраструктури власного підпорядкування; активізація інструментів соціально-відповідального маркетингу; нові методи оцінки умов праці; зміни внутрішньокорпоративних відносин тощо. Надалі ціллю соціальної інноваційної політики є створення дієвої системи соціальної відповідальності на підприємстві, адже інноваційний шлях розвитку будь-якої організації включає в себе підтримку як фінансово-економічної, техніко-технологічної, маркетингової сфер суб'єкта господарювання, так і стимулювання реалізації соціального потенціалу, який

визначається наявністю складових, які представлені на рис. 2.

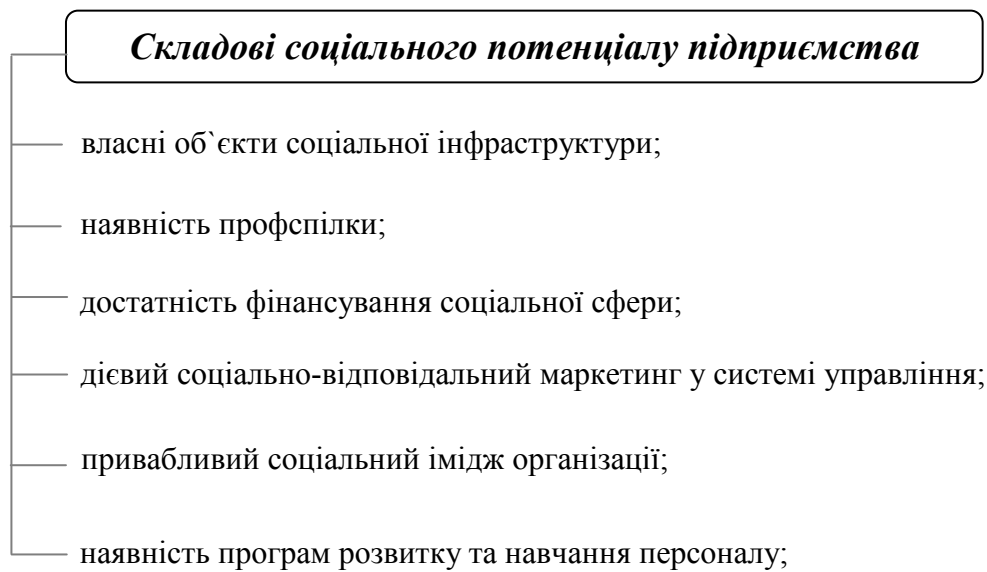


Рис. 2. Складові соціального потенціалу підприємств

Джерело: складено на основі [6, 7]

Звісно, цей перелік можна продовжити, проте, зупинимось на перелічених складових для зручності визначення наявного соціального потенціалу вітчизняних промислових підприємств з урахуванням їхньої інноваційної діяльності в соціальній сфері. На рис. 3 представлена орієнтовна схема розподілу підприємств за станом соціального потенціалу та впровадженням соціальних інновацій.

Теперішній соціальний потенціал більшості вітчизняних підприємств низький. Лише частина з них у своїй політиці передбачає активізацію залучення соціальних інновацій, що здатна покращити існуючий стан справ у соціальній сфері суб'єкта господарювання. За часів СРСР промислові підприємства мали підрозділи, що надавали соціальні послуги (так звані об'єкти соціальної інфраструктури): власні пансіонати, будинки відпочинку, дитячі установи, інститути для навчання персоналу, клуби, спортивні установи, медпункти тощо. За трансформаційних процесів підприємствам стало економічно не вигідно утримувати у власній структурі установи, які надавали соціальні послуги. Тому їх активно перепродавали, здавали в оренду. Керівництво заводів пріоритетом

розвитку вважало економічну вигоду, а станом задоволення духовно-культурної складової колективу просто нехтувало [8].

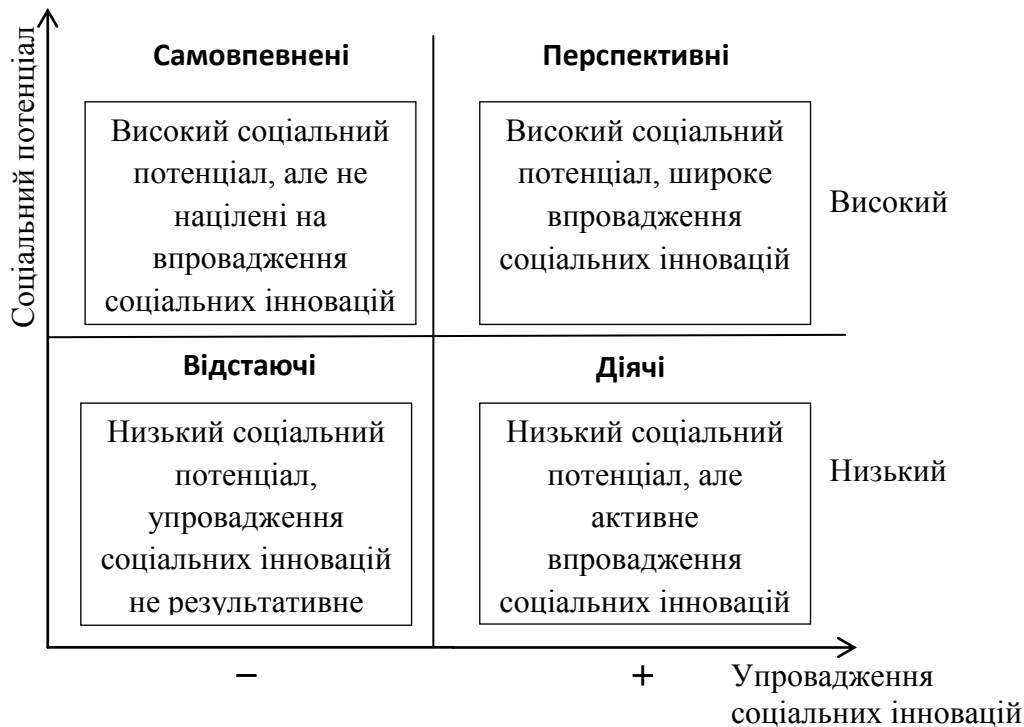


Рис. 3. Модель наявного соціального потенціалу та ступеня впровадження соціальних інновацій

Джерело: розроблено автором

Проаналізуємо схему, зображену на рис. 3. Підприємства, що входять у групу «самовпевнені» (наприклад, ПАТ «СНВО ім. Фрунзе», ПАТ «Сумихімпром» та ін.) – типові вітчизняні промислові компанії, у яких незважаючи на сформований у минулому значний соціальний потенціал, відсутня позитивна динаміка інноваційного розвитку соціальної сфери. При цьому часто спостерігається низька продуктивність праці, передача відомчих об'єктів соціальної інфраструктури у володіння іншим особам, скорочення витрат на соціальні проекти і т.д. Підприємства, що входять у групу «перспективні» (як-то ВАТ «Технологія», ТОВ «Керамейя» та ін.) – переважно підприємства з зарубіжним капіталом з ефективним менеджментом й оптимальним підходом до використання соціального потенціалу. Підприємства, що на сьогодні відносяться до групи «відстаючі» (наприклад, ПАТ «Сумський фарфоровий завод») – компанії, управління в сфері соціальної політики яких

неефективне. Недостатність фінансування соціальних заходів, порушення трудового законодавства, низький рівень заробітної плати та ін. Підприємства, що входять у групу «діячі» (для прикладу, ПАТ «Сумський завод «Насосенергомаш», ТОВ «Фавор» та ін.) – підприємства, які початково не мають засад соціальної політики, працюють ефективно, в основному, за рахунок сприятливої ринкової кон'юнктури, монопольного становища на ринку та ін. При цьому, мають достатньо коштів, щоб впроваджувати соціальні інновації.

Для підприємств І групи необхідною є реалізація програми розвитку соціального потенціалу, зокрема персоналу, інвестиції в його розвиток та створення умов для професійного зростання. До моделі підприємств групи «перспективні» повинні прагнути вітчизняні підприємства. Для підприємств групи «відстаючі» доцільним є підвищення ефективності соціальної політики за рахунок покращання системи мотивації та умов праці персоналу. Очевидною є необхідність у кардинальних змінах системи управління в сторону розвитку соціального потенціалу для компаній четвертої групи. Ці заходи можливі за розроблення дієвого механізму упровадження соціальних нововведень в управлінні підприємством. Ураховуємо те, що соціальні інновації не потребують для реалізації нового технічного оснащення, легше піддаються оцінці ефективності впровадження, тому за їхньої реалізації відсутня стадія виготовлення, що прискорює інноваційний процес. На рис. 4 показаний розроблений автором типовий план упровадження соціальних нововведень на підприємстві.

У цьому механізмі адаптація інновацій передбачає відбір підходящого соціального рішення серед власних нововведень минулих років у цій сфері та зразків соціальних проектів та програм західних та українських компаній, що є більш успішними у формуванні власного соціального іміджу. Тому цей етап відносимо до підготовчої стадії впровадження інновацій.



Рис. 4. Механізм упровадження соціальних нововведень на підприємстві

Джерело: розроблено автором

Селекція інновацій – це так званий «фільтр підприємства», пристосування до існуючої системи управління соціальним розвитком та виробництвом організації. Інтеграція інновацій є перетворенням нових соціальних упроваджень у традиційні елементи соціальної політики компанії. Фактично це завершальний етап упровадження соціальних інновацій.

Висновки з даного дослідження. Таким чином, проведене дослідження дає змогу зробити висновок про важливість соціальних інновацій у сукупності інноваційних чинників розвитку підприємства. Активізація людського фактору в діяльності підприємства є одним з вирішальних факторів сукупного

соціально-економічного потенціалу суб`єкта господарювання. Нами визначено, що більшість підприємств України мають низький соціальний потенціал через ігнорування соціальної складової у формуванні власної конкурентоспроможності. Автором розроблено типовий механізм упровадження в діяльність організації нововведень соціального характеру, який може бути розширений за рахунок детального аналізу кожного з етапів, що складає перспективу подальших досліджень.

Література

1. Друкер П. Бизнес и инновации / П. Друкер. – Изд-во «Вильямс», 2009. – 432 с.
2. Янг М. Возвышение меритократии: Утопия и утопическое мышление. / М. Янг. – М., 1991. – С. 317-346.
3. Розанвалон П. Новый социальный вопрос. / П. Розанвалон. – М., 1977. – 215 с.
4. Attali J. Millennium: winners and losers in the coming world order / J. Attali. – New York: Random House, 1991. – 132 p.
5. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / Й. Шумпетер. – М.: ЭКСМО, 2007. – 864 с.
6. Гриненко А. М. Соціальна політика підприємства: методологічний аспект [Електронний ресурс] / А. М. Гриненко. – Режим доступу: http://ef.donnu.edu.ua/emk/Data/Soc_polit/Up/SocPol_St.pdf.
7. Шпильова В. О. Управління розвитком соціального потенціалу машинобудівного підприємства в сучасних умовах / В. О. Шпильова, О. О. Коваль // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 4, Т. 3. – С. 82-85.
8. Карлинская Е. В. Внедрение управленческих и социальных инноваций на российских предприятиях, как путь преодоления кризиса [Електронний ресурс]. / Е. В. Карлинская. – Режим доступу: <http://www.rpm-consult.ru/pdf/article18.pdf>.

9. Телетов О. С. Маркетинг інновацій виробничо-технічної продукції / О. С. Телетов // Механізм регулювання економіки. – 2007. – № 4. – С. 28-39.

10. Харів П. С. Інноваційна діяльність підприємства та економічна оцінка інноваційних процесів. / П. С. Харів. – Тернопіль: «Економічна думка», 2003. – С. 5-15.

Летуновська Н.Є. Соціальні інновації підприємств в умовах трансформаційної економіки / Н.Є. Летуновська // Інноваційна економіка. – 2013. – № 4. – С. 107-112.