

УДК 330.341.1

Лозовський О.М.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту та адміністрування
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

Луженецька Т.В.
студентка
Вінницького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

ВПРОВАДЖЕННЯ ПРИНЦИПІВ ІННОВАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

IMPLEMENTATION OF THE PRINCIPLES OF INNOVATIVE MANAGEMENT IN THE PROCESS OF FORMING CORPORATE CULTURE AT THE ENTERPRISE

АНОТАЦІЯ

У статі запропоновано визначення корпоративної культури, виокремлено основні складові корпоративної культури, а також виявлено їх вплив на інноваційний розвиток підприємства. Досліджено елементи корпоративної культури та їх вплив на інноваційний менеджмент. Розроблено завдання корпоративної культури в системі інноваційної діяльності підприємства. Визначено особливості посилення інноваційної складової організаційної культури підприємства. Обґрунтовано тісний зв'язок стану корпоративної культури і рівня сприйняття працівниками технологічних змін та інновацій.

Ключові слова: інновації, інноваційна діяльність, корпоративна культура, менеджмент, елементи корпоративної культури, принципи управління корпоративною культурою.

АННОТАЦИЯ

В статье предложено определение корпоративной культуры, выделены основные составляющие корпоративной культуры, а также выявлено их влияние на инновационное развитие предприятия. Исследованы элементы корпоративной культуры и их влияние на инновационный менеджмент. Разработаны задания корпоративной культуры в системе инновационной деятельности предприятия. Определены особенности усиления инновационной составляющей организационной культуры предприятия. Обоснована тесная связь состояния корпоративной культуры и уровня восприятия работниками технологических изменений и инноваций.

Ключевые слова: инновации, инновационная деятельность, корпоративная культура, менеджмент, элементы корпоративной культуры, принципы управления корпоративной культурой.

ANNOTATION

Propose the definition of corporate culture and main components of corporate culture, which influence on the development of innovative enterprises in the article. The nature and the influence of the innovation elements of a corporate culture on a domestic corporate culture are lightening. The elements of corporate culture and its impact on innovation management are investigated. A corporate culture tasks in the structure of enterprise activity innovative system are developed. The features enhance the innovation component of the organizational culture of enterprise are defined. Close connection of corporate culture condition and level of personnel's perception of technological changes and innovations has been proved.

Keywords: innovation, innovative practice, corporate culture, management, elements of corporate culture, principles of managing corporate culture.

Постановка проблеми. Одним із важливих стратегічних завдань, які сьогодні стоять перед Україною, є побудова конкурентоспроможної

економіки інноваційного типу. Важливу роль у цьому процесі відіграє активізація інноваційної діяльності на рівні підприємства, що є можливою лише за умов формування відповідного інноваційного клімату серед його працівників, який сприяв би розробці, виробництву, впровадженню та використанню інновацій, реалізації творчого потенціалу співробітників. Розгляд питання формування корпоративної культури в Україні є актуальним тому, що її основні ознаки сьогодні визначені накладенням старої ідеології внутрішньогосподарського управління на штучно привнесені нові механізми взаємодії менеджменту та акціонерів, а також особливостями комерційних відносин корпоративних суб'єктів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та практичні аспекти формування та розвитку корпоративної культури на рівні суспільства, підприємства, особистості знайшли своє відображення як у зарубіжній, так і у вітчизняній науковій літературі. Значний внесок у розробку зазначеної проблематики зробили такі вчені, як, зокрема, О.І. Вікарчук, М.В. Гусєєва, Г.М. Захарчин, Н.В. Краснокутська, В.В. Петренко, О.Є. Стеклова, Е.Х. Шейн, Ю.С. Шипуліна.

У своїх працях науковці робили акцент на сутності корпоративної культури, особливостях її формування.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на численні публікації із зазначеної проблематики, в економічній літературі відсутній єдиний підхід до визначення сутності поняття корпоративної культури, а також цілісна уява про роль принципів інноваційного менеджменту в процесі формування корпоративної культури підприємства. Це істотно ускладнює розробку та вжиття заходів щодо посилення інноваційної складової корпоративної культури підприємства.

Мета статті полягає у вивченні процесу формування корпоративної культури, яка допомагає «включити» працівника до досягнення стратегічних цілей компанії.

Виклад основного матеріалу дослідження. Кожному підприємству від моменту його створення властива певна організаційна культура незалежно від того, чи було докладено з боку його керівництва певних зусиль щодо її формування. Сформована на підприємстві система цінностей може як стимулювати його інноваційний розвиток, так і стримувати його.

В Україні вивченням проблеми корпоративної культури з 90-х років займалися менеджери, соціологи, психологи, фахівці із загальної культурології, менеджменту. Поява у теорії і практиці українських компаній феномена корпоративної культури пов'язана насамперед з необхідністю приділити посилену увагу духовній культурі. Це особливо актуально для вітчизняних організацій, бо в умовах трансформації економіки і всього суспільства необхідно взяти правильний старт. Інакше наша країна приречена залишитися у статусі наздоганяючої.

Однією з можливих основних причин цього може бути відсутність сформованих і установлених традицій ведення бізнесу – того, чим так пишаються розвинені країни. Ця обставина виявляється істотною перешкодою розвитку підприємства, особливо в довгостроковому періоді. Деякий ступінь стихійності досі присутній в діяльності як розвинених в економічному плані організацій, так і організацій-початківців. Якщо на заході реалізація будь-якого проекту має досить жорсткий перевірений алгоритм, то в Україні найчастіше діють «своїм розумом» [1, с. 310], покладаючись на власний досвід та інтуїцію, які, до речі, не завжди виявляються достатніми для того, щоб замінити науково обґрунтовані та випробувані методи ведення справи.

Чим ефективніше працює організація, чим більше вона сприяє зростанню матеріальних і духовних благ її співробітників, усього суспільства, чим більше внесок у цю роботу власне корпоративної культури, тим більше ці аспекти підвищують конкурентоспроможність суб'єктів господарювання.

Переважно корпоративна культура – «невидима» частина організації. Це не применшує її вплив на поведінку співробітників, але ускладнює аналіз та управління нею. Вона може бути детально регламентована документами, можуть бути декларовані лише окремі її принципи, зрештою, вона може існувати без будь-яких письмових правил, але за умови мотивації працівників. Якщо наявні такі компоненти, як ефективність для організації, користь для співробітників, усього суспільства і позитивний внесок власне корпоративної культури, можна говорити про високу корпоративну культуру.

Інноваційна корпоративна культура є системою поширених в компанії норм і цінностей, що забезпечує високий рівень сприйняття, ініціації та реалізації інновацій. Згідно з дослідженнями Асоціації менеджерів 55% респондентів

відзначають необхідність більш активної інноваційної політики компанії загалом [2, с. 254]. При цьому керівники підкреслюють значущість розвитку корпоративної культури для успішного впровадження організаційно-управлінських інновацій в діяльність українських компаній. Зокрема, 54% респондентів відзначили необхідність широкої внутрішньої кампанії з роз'яснення співробітникам сутності пропонуваного змін, а 39% наголосили на ролі попереднього обговорення управлінських інновацій в організації.

Розвиток корпоративної культури в напрямі зростання інноваційної сприйнятливості та активності персоналу повинен:

- забезпечити відповідність і збалансованість стратегічних бізнес-завдань компанії і тенденцій інноваційного розвитку в галузі і бізнес-співтоваристві загалом;
- підвищити лояльність співробітників щодо компанії, їх творчу активність у напрямі інноваційного розвитку, стимулюючи зростання пропозицій щодо вдосконалення бізнес-процесів та інших організаційних змін, пов'язаних з підвищенням ефективності та результативності управління;
- прискорити процес інтеграції і формування в організації ефективних команд, що реалізують інноваційні проекти.

Носіями інноваційної корпоративної культури перш за все повинні стати керівники організації та топ-менеджери, які будуть «транслявати» елементи культури підлеглим. Найбільшими різновидами технологій для формування ефективної корпоративної культури на підприємстві мають бути:

- навчальні семінари з метою створення у персоналу настрою на ініціацію і сприйняття інновацій;
- тренінги для управлінської команди, спрямовані на формування конкретних навичок, адекватних планованій культури [3, с. 81]; вони дають змогу топ-менеджерам краще зрозуміти ситуацію в компанії і визначити роль кожного з них у розвитку інноваційної корпоративної культури; допомагають у розробці конкретних інструментів (процедур стимулювання креативності, ініціативності, високої інноваційної активності персоналу тощо);
- розробка і проведення корпоративних заходів, спрямованих на прискорення і зростання ефективності впровадження інноваційної корпоративної культури.

При цьому слід мати на увазі, що не всі рекомендації зарубіжних фахівців щодо організаційної культури застосовні в українських компаніях, оскільки існують певні культурні відмінності в особливостях поведінки і бізнес-етики.

За кордоном установка на якість майже вичерпала себе, і зараз наголос робиться на інноваційну мотивацію. В Україні переважає мотивація персоналу на якість і кількість, при-

чому мотивація на якість нашо́вхується на більший опір. Доводиться формувати мотивацію персоналу на нововведення, ще не довівши орієнтацію на якість до рамок ділової культури, коли якість забезпечується автоматично.

Велике значення не тільки в управлінні компанією, але й для активізації людського потенціалу має управління комунікацією організації, що формує імідж, який повинен постійно оновлюватися.

Інноваційна організація заохочує навчання працівників, усвідомлення ними змін, що відбуваються в економіці і у світі; забезпечує доступність інформації для всіх співробітників; створює стимули, щоб зацікавити співробітників в корпоративних нововведеннях [4, с. 122].

Світовий досвід показує, що навіть за умов наявності ефективно функціонуючих національних інноваційних систем досягнення, особливо утримання, позицій глобального корпоративного лідерства у бізнесі є надзвичайно складним завданням. У цьому плані неефективними у довгостроковому контексті виявляються і традиційно успішні принципи інноваційного менеджменту в процесі формування корпоративної культури на підприємстві.

Найбільш яскраво таку ситуацію, зокрема, демонструє приклад Японії, яка саме через нестачу лідерів глобального масштабу втрачає свій високий майже сорокарічний конкурентний статус (рис. 1).

Як свідчить статистика, показово, що компанії Японії хоча і займають другу позицію у світовому рейтингу за кількістю глобальних інноваторів, однак все більше відстають від компаній США, у яких корпоративна культура розвинена на найвищому рівні [6].

Цікавим є досвід впливу корпоративної поведінки на імідж компанії у зовнішньому середовищі. Корпоративна поведінка – поняття, що

охоплює різноманітні дії, пов'язані з управлінням організацією. Корпоративна поведінка впливає на економічні показники її діяльності та на здатність залучати капітал для економічного зростання з джерел всередині країни і від зарубіжних інвесторів. Одним зі способів вдосконалення корпоративної поведінки є введення певних стандартів, розроблених на основі аналізу найкращої практики корпоративної поведінки.

Мета застосування стандартів корпоративної поведінки полягає у захисті інтересів усіх груп та окремих особистостей, що значно впливає на функціонування організації. Це акціонери, споживачі, працівники, постачальники, інші ділові партнери та місцеві жителі.

Корпоративна поведінка може забезпечувати високий рівень ділової етики у стосунках між учасниками ринку на основі поваги прав і законних інтересів його учасників, сприяти ефективній діяльності організації (збільшення вартості її активів, створення нових робочих місць, підтримка фінансової стабільності, прибутковості тощо) [5, с. 136].

Для успішної реалізації інноваційної стратегії розвитку підприємства потрібно, щоб засновники та менеджери вищої ланки управління приділяли достатню увагу питанням формування інноваційної культури. За наявності сильної інноваційної культури керівники та відділи всередині організаційної структури здійснюють самоконтроль, що не тільки забезпечує високу ефективність їх роботи, але й регламентує функціонування підприємства, зменшуючи кількість конфліктів та професійних непорозумінь.

Під час впровадження інноваційної культури необхідно звернути увагу на такі аспекти корпоративної культури в системі інноваційної діяльності підприємства, як, зокрема:

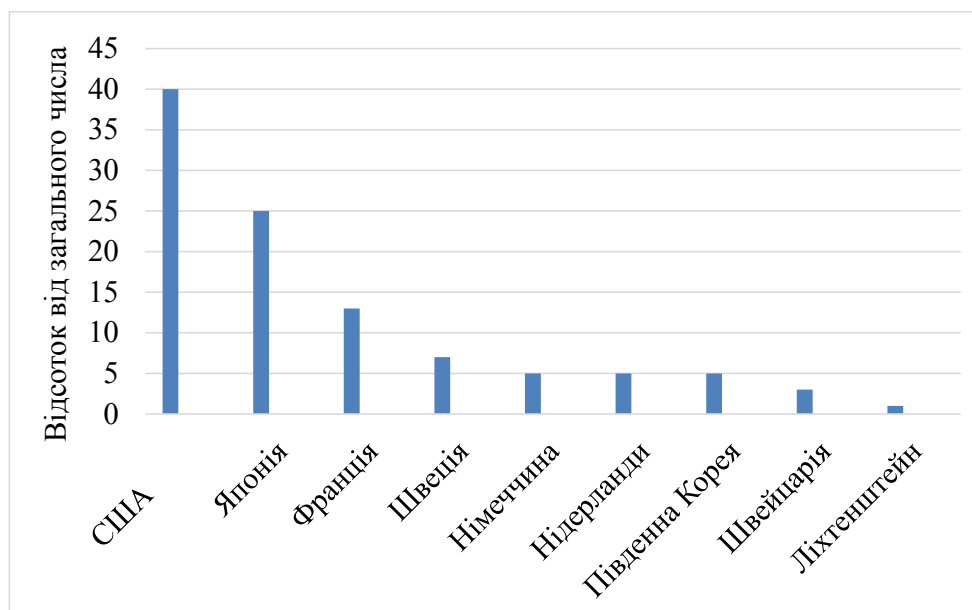


Рис. 1. Географічний розподіл глобальних інноваційних компаній

– виявлення творчих сил і здібностей, талантів; розвиток і реалізацію креативного потенціалу працівників;

– оптимізація кадрового, виробничого, фінансового, науково-технічного потенціалу для здійснення інноваційного процесу та існування інноваційної системи;

– стимулювання інтелектуальної та творчої активності за досягнення певних цілей через застосування інноваційних ідей;

– активізація та оптимізація інноваційних процесів на підприємстві;

– формування і впровадження інноваційних стратегій розвитку підприємства;

– застосування демократичного стилю управління;

– ліквідація бар'єрів всередині організаційної структури підприємства для вільної комунікації та передачі інформації.

Тому можна стверджувати, що не існує жодної організації, всередині якої тим чи іншим чином не склалася б визначена корпоративна культура. Необхідно усвідомлювати, що корпоративна культура не утворюється спонтанно або випадково. Ця культура формується, коли хтось бере на себе керівну роль щодо трансформації індивідуальних зусиль в колективні дії.

Висновки. Отже, досвід іноземних корпорацій свідчить про те, що, приєднуючись до компанії, нові спеціалісти приносять із собою певний набір культурних знань і досвіду, отриманих як від суспільства загалом, так і від конкретних навчальних закладів і на попередніх місцях роботи. Ігнорування культурних особливостей підприємства може призвести до краху,

тоді як їх урахування є необхідним, але не достатнім фактором успіху та конкурентоспроможності. Отже, принципи менеджменту виступають своєрідними нормами управлінської діяльності, які повинні не тільки враховувати основні тенденції і вимоги до сучасного управління, але й бути доступними для змін і доповнень з урахуванням розвитку теорії і практики управління. Таким чином, корпоративна культура зможе служити для уточнення та змінення наявної системи переконань, пояснення складності процесу адаптації, особливо для впровадження інновацій, або бути основним засобом впливу, спрямованим на досягнення цілей всієї організації.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Вікарчук О.І. Еволюція формування корпоративної культури. Сталій розвиток економіки. 2013. № 3. С. 310–314.
2. Гусєєва М.В. Розвиток корпоративної культури сучасного підприємства. Вісник соціально економічних досліджень. 2015. № 38. С. 253–258.
3. Захарчин Г.М. Активізація інноваційних процесів підприємств на основі фактора корпоративної культури. Регіональна економіка. 2016. № 4. С. 80–86.
4. Князь С.В., Комарницька Н.М. Місце та роль інноваційного менеджменту в системі управління підприємством. Вісник соціально-економічних досліджень. 2014. Вип. 3. С. 120–123.
5. Шипуліна Ю.С. Корпоративна культура організації: сутність, структура, підходи до оцінки. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2014. № 2. С. 132–138.
6. Fukushima S.T. Innovation Japan through Globalization of Human Capital. Economy, Culture & History Japan Spotlight Bimonthly. 2016. № 158.