

УДК 658.589(477.54)

АКТИВІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ ШЛЯХОМ ВИКОРИСТАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ

Демченко Ганна Володимирівна, аспірант
кафедри економіки, організації та планування діяльності підприємства
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
e-mail: onemeer@rambler.ru

Вибір ефективної стратегії в умовах кризи, економічне зростання та посилення конкурентоспроможності багато в чому залежать від інноваційної політики підприємств. Сучасні економічні дослідження в галузі інновацій все більше значення приділяють освоєнню організаційного потенціалу та розробці систем управління інноваціями. Формування сприятливого інноваційного клімату та відповідної корпоративної культури мають вагомий вплив на активізацію інноваційної діяльності на підприємствах, що, у свою чергу, являє собою одну з найбільш затребуваних галузей менеджменту.

Дослідженню методів активізації інноваційної діяльності присвячено роботи багатьох закордонних і вітчизняних науковців, особливої уваги заслуговують праці вчених: В. О. Василенка [1], С. Д. Ільєнкової [2], Р. А. Фатхутдінова [5], В. С. Шовкалюка [6] та інших, разом з тим, питання інноваційної компоненти корпоративної культури, як фактора впливу на активізацію інноваційної діяльності, є недостатньо опрацьованим.

Корпоративна культура – сукупність моделей поведінки, які придбані компанією в процесі адаптації до зовнішнього середовища і внутрішньої інтеграції, що показали свою ефективність і розділяються більшістю членів компанії [3, с. 12]. Тобто це добре сформована система керівних переконань, принципів і технологій у життєдіяльності підприємства [4, с. 9].

Корпоративна культура є одним із головних чинників, що забезпечують реалізацію стратегії підприємства. Культура є продуктом внутрішніх соціальних сил і проявляється у системі цінностей та принципах веден-

ня справ, що визначаються керівництвом компанії, в етичних нормах та офіційній політиці, у традиціях організації, в міжособистісних стосунках, практиці контролю за роботою персоналу, в чітких настановах і кредо компанії, в особливому внутрішньому середовищі організації [3, с. 21]. Проектування корпоративної культури обов'язково повинно відбуватися з урахуванням заданих параметрів та відображати аспекти місії, цілей, цінностей та очікувань керівництва підприємства. Наскільки всі компанії і стратегії їх розвитку індивідуальні, настільки індивідуальними є і корпоративні культури.

Виділяють три рівні корпоративної культури. При цьому кожен наступний рівень є все менш очевидним. *Перший* – поверхневий рівень корпоративної культури, його складають видимі об'єкти, а саме: манера вдягатися, правила поведінки, фізичні символи, організаційні церемонії, розташування офісів. Все це можна побачити, почути або зрозуміти, спостерігаючи за поведінкою працівників підприємства.

Другий рівень корпоративної культури складають виражені в словах і справах працівників підприємства загальні цінності і переконання, що свідомо поділяються і культивуються членами підприємства, які виявляються в їхніх розповідях, мові, використовуваних символах.

Але деякі цінності закладені у корпоративній культурі настільки глибоко, що робітники просто їх не помічають. Ці базові, основні переконання і складають сутність корпоративної культури. Саме вони керують поведінкою і рішеннями людей на підсвідомому рівні [4, с. 64].

Корпоративна культура впливає як на процес управління персоналом, так і на роботу підприємства в цілому. Таким чином, процес активізації інноваційної діяльності необхідно розпочинати з впровадження в корпоративну культуру елементів, сприяючих розвитку інтелектуального потенціалу та креативності співробітників. В такому контексті корпоративна культура буде являти собою носій закодованої інформації щодо етапів розвитку компанії, її інноваційної політики та відношення співробітників компанії до інновацій.

Корпоративна культура, що сприятиме активізації інноваційної діяльності, повинна формувати у співробітників підприємства уявлення щодо:

- ▶ місії та стратегії в області інноваційної діяльності;
- ▶ проголошуваних цінностей інноваційної політики;
- ▶ колективного уявлення щодо часу розробки, реалізації та впровадження інновацій.

А також, повинна виконувати такі функції:

- ▶ мотивація співробітників сприймати, підтримувати та впроваджувати інновації;
- ▶ заохочення до навчання, інтелектуального розвитку, збільшення внутрішнього потенціалу та креативності;

Це дозволить зробити інноваційну політику фірми більш адаптованою та значно вплинути на економічне зростання організації, збільшити інноваційний потенціал підприємства, як на рівні окремого співробітника, так і на рівні підприємства в цілому, Вплив корпоративної культури, спрямований на персонал, дозволяє підвищити ступінь готовності співробітників до прийняття, розробки та впровадження інновацій.

Більшість вчених [3; 4] констатують факт зростання потреби в розробці комплексної системи управління інноваціями, що буде зорієнтована на посилення залученості кадрів підприємства в інноваційну діяльність. Це може бути досягнуто шляхом впровадження інноваційних компонентів, сприяючих активізації інноваційної діяльності до корпоративної культури підприємства.

Література

1. Василенко В. О., Шматько В. Г. Інноваційний менеджмент : навчальний посібник. Видання 3-є, вип. та доп. / За редакцією Василенко В. О. – Київ : Центр навчальної літератури, 2005. – 230 с.
2. Ильенкова С. Д. Инновационный менеджмент / С. Д. Ильенкова. – М. : ЕАОИ, 2008. – 240 с.
3. Клещев А. Г., Бородин О. В., Бражна З. В. Развитие корпоративной культуры фирмы: Монография. – Кострома: Знание, 2002. – 300 с.
4. Менеджмент корпораций и корпоративное управление: Монография / Асаул А. Н., Павлов В. И., Бескиер Ф. И., Мышко О. А. – СПб.: Гуманистика, 2006. – 250 с.