

УДК 330.341.1:334.784

DOI: 10.31891/2307-5740-2022-302-1-12

СОБОЛЄВА Т. О.

<https://orcid.org/0000-0002-7818-145X>

e-mail: tetiana.sobolieva@kneu.ua

НЕЗАМЕДІНОВА Т. С.

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто організаційну культуру підприємства як важливу внутрішню підсистему та умову ефективної реалізації цілей його розвитку. Встановлено, що сучасний етап суспільно-економічних відносин вимагає активізації інноваційної діяльності, спрямованої на розробку та впровадження інновацій, як для задоволення потреб споживачів, так і з метою вдосконалення внутрішніх бізнес-процесів. Оскільки інноваційна активність підприємства значною мірою є похідною від стану організаційної культури, важливим завданням постає посилення її інноваційної складової, що передбачає формування та дотримання інноваційних цінностей, висвітлення яких має знайти місце в документах підприємства, системі мотивації діяльності, прозорих механізмах комунікації та рішеннях, що приймаються керівництвом.

Ключові слова: організаційна культура; моделі організаційної культури, інноваційна культура; інноваційні цінності, інновації.

TETIANA SOBOLEVA, TETIANA NEZAMEDINOVA

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

WAYS OF FORMING THE INNOVATIVE CULTURE IN AN ENTERPRISE

The article considers the organizational culture of the enterprise as an important internal subsystem and a prerequisite for the effective implementation of its development goals. It is established that the current stage of socio-economic relations requires the intensification of innovation activities aimed at the development and implementation of innovations, both to meet the needs of consumers and to improve internal business processes. Since the innovative activity of the enterprise is largely derived from the type of organizational culture, an important task is to strengthen its innovative component. This involves the formulation and adherence to innovative values, the coverage of which should be reflected in the company's documents, the system of motivation, transparent communication mechanisms and decisions made by management. The development of the organization's values should include a component that recognizes innovation as a priority and an important task of the enterprise. Innovative values can be formulated in the following areas: employees; financial activities; customers and consumers; sustainable development of the organization. Conducting "innovative" holidays dedicated to the achievements in innovation, both individual employees and the entire organization, will help to "consolidate" innovative values and increase motivation. The same goal can be promoted by the development of the corporate image of the organization, style, emblem, elements of recognition among competitors, as well as the development of branded clothing for production workers. To intensify innovation, it is important for managers to understand their key role in disseminating and prioritizing innovation among the company's tasks, establishing contact with employees, effective delegation of tasks, setting standards of conduct in the organization, personnel policy, and system of material and non-material incentives.

Keywords: organizational culture; models of organizational culture, innovation culture; innovative values, innovations.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Технологічні зрушення у багатьох наукових сферах та розвиток інформаційно-комунікаційних технологій створюють як нові виклики, так і відкривають нові можливості для виживання та розвитку підприємств. Одним з ключових факторів адаптивної відповіді на сучасні виклики є інноваційна активність, спрямована як на пропозицію нових товарів та послуг на ринок, так і на вдосконалення внутрішніх бізнес-процесів. На сьогоднішній день, в умовах боротьби між компаніями за визнання та лідерство, відбувається також переоцінка ролі та значення людського фактору у системі управління. Сьогодні характеризується глобалізаційними процесами на ринках праці, зміною конкурентного середовища та високими вимогами щодо людського капіталу. Зазначені процеси призводять до необхідності змінювати моделі управління. Одним зі важливих складових елементів сучасних моделей управління є організаційна культура. На сучасному етапі економічного розвитку практично кожна організація має характеризуватися наявністю потужної організаційної культури, яка надає змогу виокремити підприємство з-поміж інших, стимулювати розробку та реалізацію інновацій, зміцнити соціальну стабільність, згуртувати колектив для досягнення інноваційних цілей організації та підвищити ефективність її діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Сьогодні можна спостерігати, як з'являються усе нові й нові аспекти і форми культури, наприклад, корпоративна культура, інноваційна, матеріальна, соціальна, підприємницька, духовна, економічна тощо. Культуру можна віднести до однієї з найбільш універсальних характеристик світу людини і відношення людини до світу [1, с. 9]. У свою чергу, П. Вейл описує «культуру» як систему відносин, дій та артефактів, яка здатна витримати випробування часом та сформувати у всіх членів культурного суспільства доволі унікальну загальну для них психологію [2, с. 41].

Різноманітність тлумачення поняття «культура» за різними підходами дає підстави для висновку, що неможливо надати єдине та універсальне визначення цього терміну. Подібного висновку можна дійти при дослідженні сутності поняття «організаційна культура». Це питання досліджується багатьма вченими в області менеджменту та управління підприємствами, та, відповідно, фокусують увагу на різних аспектах цього важливого явища в сучасних організаціях. Отже, для дослідження організаційної культури, спершу слід більш детально дослідити складові даного поняття. Різними дослідниками цього феномену робиться різні наголоси при визначенні організаційної культури. Так, пропонується розглядати організаційну культуру переважно з точки зору унікальної, відмінної від інших, властивості організації [3, с. 48] або як систему цінностей в компанії [4, с. 329; 5, с. 3; 6, с. 328]. Е. Шейн наголошує на важливості саме тих цінностей, що не тільки проголошуються, а саме розділяються співробітниками в організації, оскільки саме вони визначатимуть їх поведінку [7, с. 100].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Незважаючи на значну кількість досліджень з питань формування організаційної культури підприємств та визнання її важливості для реалізації інноваційної діяльності, вимагають подальших досліджень визначення напрямів та дієвих інструментів створення сприятливого для інновацій середовища в середині компаній.

Формулювання цілей статті

Метою статті є визначення напрямів формування інноваційної культури підприємства та характеристика дієвих механізмів та способів їх реалізації.

Виклад основного матеріалу

При дослідженні організаційної культури підприємства важливим є розуміння її внутрішніх складових та структурних особливостей. Першою і, мабуть, найважливішою складовою організаційної культури є місія та цінності підприємства. Саме місія змушує керівництво визначати головну мету діяльності організації на ринку, її сильні та слабкі сторони, конкурентне становище тощо, і за рахунок цього розвивати та підвищувати ефективність діяльності організації. У свою чергу, цінності визначають стиль поведінки працівників, стиль їх спілкування у колективі та з клієнтами, рівень умотивованості персоналу тощо. Від сформульованої місії та цінностей буде залежати, чи орієнтується компанія на розробку інновацій та чи розглядаються останні як важлива складова в діяльності працівників. Другим компонентом організаційної культури є культура внутрішньої комунікації. Вона складається з таких елементів: зустрічі з керівництвом компанії для безпосереднього контакту та передачі інформації між керівником та підлеглим; інформаційні видання для працівників, клієнтів та партнерів; корпоративні заходи, урочисті нагородження тощо. Не менш важливою є інформаційна складова організаційної культури, до якої відноситься емблема, символіка, назва організації, слоган, товарний знак тощо. Інформаційна складова передбачає розробку основних елементів організації, які слугуватимуть як елементи її ідентифікації, те, що виділятиме організацію з поміж конкурентів на ринку. Соціально-психологічна складова організаційної культури – це соціально-психологічний стан працівників та колективу в цілому. Завдяки аналізу соціально-психологічному клімату організації керівництво може бачити наскільки інноваційною є культура та чи задоволені працівники міжособистісними відносинами у колективі. Ще одним елементом організаційної культури виступають особливості організації та умови праці. Даний елемент свідчить про рівень професіоналізму керівництва організації та свого роду зрілість колективу. Як свідчить досвід, головну роль у цьому питанні посідає саме керівництво, яке формує стиль та культуру управління, робочі умови, ритм, делегування повноважень тощо [8]. Також, до елементів організаційної культури відносять командні заходи (день народження підприємства, день професійного свята, дні народження працівників тощо), корпоративні засоби масової інформації (газети, веб-сайт, інформаційні дошки з оголошеннями, інформаційні листи тощо), корпоративні документи (положення про відділи, про корпоративні заходи, про діяльність організації тощо), чітка структура, а також корпоративні стандарти, які мають бути прописаними у статуті підприємства.

Формування інноваційної культури є комплексним завданням та передбачає залученість усіх елементів та складових організаційної культури компанії. Деякі заходи чинять безпосередній вплив на формування інноваційної культури та є ключовими при її формуванні, інші – опосередкований та виконують допоміжну функцію. Крім того, кожний елемент вимагає впливу, який формується з урахуванням напряму трансформації культури, тобто інноваційної спрямованості. Заходи з реалізації таких напрямів можуть різнитися залежно від специфіки діяльності організації, але узагальнено їх зміст представлено на рис 1.

Розробка цінностей організації має включати інноваційну складову, що визнає інновації як пріоритет та важливу складову діяльності підприємства. Інноваційні цінності можуть формулюватися за різними напрямками, наприклад, співробітники; фінансова діяльність; клієнти та споживачі; сталий розвиток організації. Проведення «інноваційних» свят, присвячених здобуткам в інноваційній діяльності, як окремих працівників, так і всієї організації, сприятиме «закріпленню» інноваційних цінностей та посиленню

мотивації. Для покращення комунікацій та формування культури довіри ефективним є організація колективних заходів для працівників, таких як святкування днів народження співробітників, професійних та національних свят, або запровадження традиції щорічних зборів усім колективом для відпочинку та формування колективного духу у працівників тощо. Цій самій меті може сприяти розробка фірмового іміджу організації, стилю, емблеми, елементів впізнаваності з-поміж конкурентів, а також розробка фірмового одягу для працівників виробництва.

Для активізації інноваційної діяльності важливим є усвідомлення керівником своєї ключової ролі в поширенні та доведенні власним прикладом пріоритетності інновацій серед завдань компанії, налагодження контакту з працівниками, раціональне делегування завдань, формування стандартів поведінки в організації, кадрової політики, системи заохочень та стимулів.

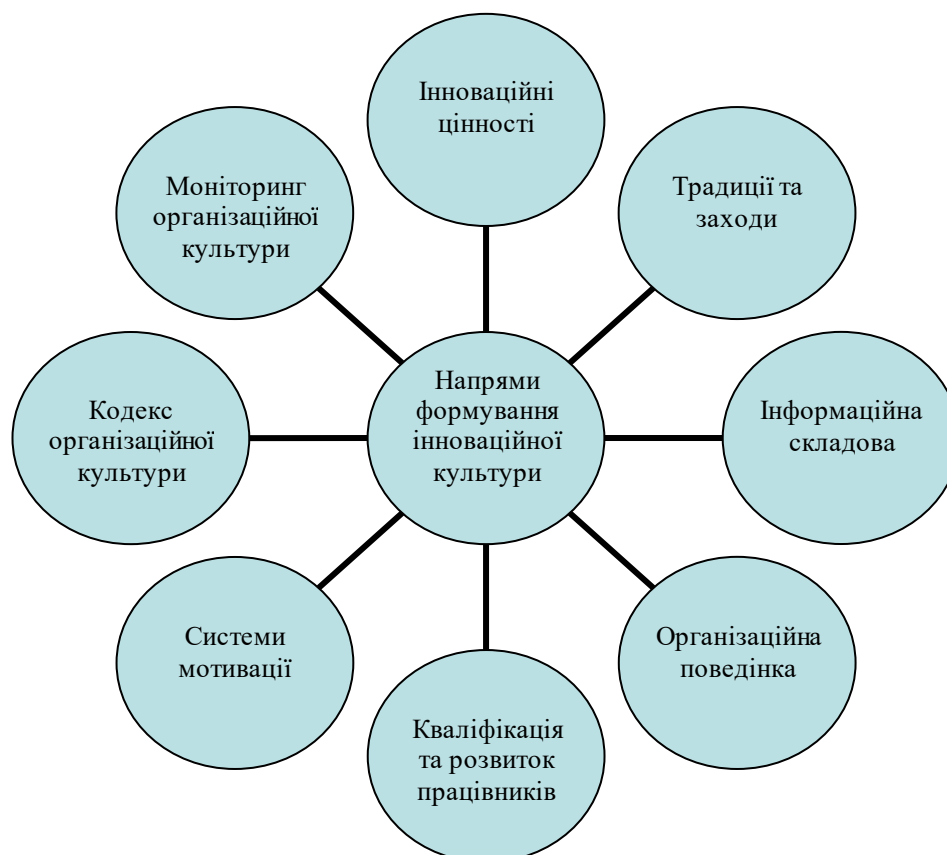


Рис. 1. Напрями формування інноваційної культури підприємства (сформовано авторами)

Важливим напрямом є застосування системи наставництва, проведення заходів по згуртуванню колективу, проведення семінарів та тренінгів по підвищенню кваліфікації, під час яких працівники можуть опанувати нові підходи до організації роботи, дізнаватися про нові винаходи та технології у професійній сфері. Впровадження матеріальної (заробітна плата, премії, винагороди, бонуси, доплати) та нематеріальної (комфортні умови праці, соціальний пакет, навчання та розвиток працівників) складових системи стимулювання інноваційної діяльності персоналу дозволять активізувати кількість нових розробок та вдосконалень бізнес-процесів. Розробка чітко сформованого кодексу організаційної культури, у якому будуть чітко визначені пріоритети та правила поведінки працівників, інноваційні цінності, місія та гасло організації, елементи інформаційної складової, традиції організації тощо, та який буде доступний та зрозумілий для усіх працівників. Однією з необхідних умов закріплення інноваційних цінностей в організації є постійний моніторинг стану її культури, встановлення особи, яка відповідатиме за розробку, впровадження та дотримання кодексу організаційної культури на підприємстві та вчасно реагуватиме на зміни у внутрішньому середовищі. Це може бути як працівник організації, так і найманий працівник ззовні.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Виходячи з проведеного дослідження, можна зробити висновок, що інноваційна культура в організації є важливим аспектом її ефективної діяльності, а отже процес її формування повинен бути чітко визначеним та реалізовуватися за різними напрямками. Слід зазначити, що усі вони обов'язково мають доповнювати один одного, тобто реалізовуватися системно. Таким чином, запропоновані напрями будуть сприяти вдосконаленню організаційної культури на підприємстві та посилювати її інноваційну складову.

Слід зважати, що процес формування інноваційної культури для кожного підприємства є

індивідуальним та має здійснюватися з урахуванням особливостей його діяльності та поточного стану організаційної культури. Подальшого дослідження вимагають питання особливостей формування інноваційної культури підприємств залежно від форми власності, розміру підприємства, типу організаційної культури та галузевої специфіки діяльності.

Література

1. Захарчин Г.М. Теорія та методологія формування і розвитку організаційної культури машинобудівного підприємства»: монографія./ Г.М.Захарчин -Львів: В-во НУ «Львівська політехніка», 2011р.-352с.
2. Канюта С.М. Іванюта В.Ф. Підприємництво та бізнес-культура: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2007. 288 с.
3. Елдрідж Дж., Кромбі А. Соціологія організації. Лондон: Allen&Unwin, 1974. 373 с.
4. Віханський О.С., Наумов А.І. Менеджмент: людина, стратегія, організація, процес. «Фірма Гардаріна». 1996. 416 с.
5. Касич А., Хижняк С. Сучасне трактування концепції організаційної культури підприємства. Економіка та суспільство, 2020, - 22. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2020-22-71>
6. Чернишова А.О., Немченко Т.А. Деякі аспекти корпоративної культури організації. Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. 2010. №17.
7. Шейн Е. Організаційна культура і лідерство. Сан Франциско: Jossey-Bass Inc, 1985. 326 с.
8. Kane-Urrabazo C. Journal of Nursing Management Management's role in shaping organizational culture. 2006, 14, 188–194

References

1. Zakharchyn H.M. Teoriia ta metodolohiia formuvannia i rozvytku orhanizatsiinoi kultury mashynobudivnoho pidpriemstva»: monohrafiia./ H.M.Zakharchyn -Lviv: V-vo NU «Lvivska politekhnik», 2011r.-352s..
2. Kaniuta S.M. Ivaniuta V.F. Pidpriemnytstvo ta biznes-kultura: navch. posib. K.: Tsentru uchbovoi literatury, 2007. 288 s.
3. Eldridzh Dzh., Krombi A. Sotsiologhiia orhanizatsii. London: Allen&Unwin, 1974. 373 s.
4. Vikhanskyi O.S., Naumov A.I. Menedzhment: liudyna, stratehiia, orhanizatsiia, protses. «Firma Hardarina». 1996. 416 s.
5. Kasych, A., Khyzhniak, S. Suchasne traktuvannia kontseptsii orhanizatsiinoi kultury pidpriemstva. Ekonomika ta suspilstvo, 2020, - 22. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2020-22-71>
6. Chernyshova A.O. Nemchenko T.A. Deiaki aspekty korporativnoi kultury orhanizatsii. Naukovi pratsi Kirovohradskoho natsionalnoho tekhnichnoho universytetu. Ekonomichni nauky. 2010. №17.
7. Shein E. Orhanizatsiina kultura i liderstvo. San Frantsysko: Jossey-Bass Inc, 1985. 326 s.
8. Kane-Urrabazo C. Journal of Nursing Management Management's role in shaping organizational culture. 2006, 14, 188–194.

Надійшла / Paper received : 20.12.2021

Надрукована / Printed : 31.01.2022