

підходу до оцінки ефективності діяльності компанії. Якщо в умовах визначальної ролі матеріальних ресурсів ефективність компанії оцінювалася такими показниками, як прибуток і/або рентабельність, то зростання ролі інтелектуальних ресурсів вимагає узгодження результатів діяльності компанії з ефективністю їхнього використання, що відображає показник питомого прибутку (на одного співробітника). Однак, оскільки підприємство усе більше соціалізується у зв'язку з його інтелектуалізацією, критерієм ефективності доцільно використовувати показник доданої або новоствореної вартості, а критерієм ефективності використання інтелектуальних ресурсів — питомою доданою вартості.

В якості критерію результативності використання інтелектуальних ресурсів компанії можна використовувати показник питомого прибутку й питомою економічної доданої вартості EVA (на одного співробітника), що характеризує питомий прибуток, який перевищує витрати на капітал, а на макрорівні — питомий ВВП і/або національний доход (на одного зайнятого в економіці).

Література

1. *Брукинг. Э.* Интеллектуальный капитал ключ к успеху в новом тысячелетии / Э. Брукинг. — СПб.: Питер, 2002. — 288 с.
2. *Мрочковский Н. С.* Трансформация бизнеса. Построение эффективной компании / Н. С. Мрочковский, А. Парабеллум — СПб.: Питер, 2012. — 234 с.
3. *Армстронг М.* Практика управления человеческими ресурсами / М. Армстронг. — СПб.: Питер, 2008. — 832 с.

Соболева Т. О.,

канд. екон. наук,
доцент кафедри менеджменту
ДВНЗ «Київський національний
економічний університет
імені Вадима Гетьмана»

Sobolieva Tetyana,

Associated professor of
Management department,
PhD, Kyiv National Economic
University named after Vadym
Hetman

ІНСТРУМЕНТИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ В КОРПОРАЦІЯХ

Наголошено на критичному, значенні інноваційної культури для розвитку корпорації. Виділено та деталізовано інструменти формування інноваційної корпоративної культури.

TOOLS OF FORMING INNOVATION CULTURE IN CORPORATION

The critical value of innovation culture for the development corporation was emphasized. Tools of forming innovative corporate culture were highlighted and detailed.

Інноваційна культура — важлива внутрішня складова середовища корпорації, яка створює суттєву конкурентну перевагу в разі відповідності цілям інноваційного розвитку компанії та домінування її цінностей у нормах поведінки персоналу. Існує думка, що культура взагалі є найважливішою складовою організації, що координує її діяльність і дозволяє їй досягати своїх показників діяльності [1].

Культура виконує багато важливих функцій. Чітко визначені цінності корпоративної культури викликають довіру та більшу прихильність споживачів, чітко регламентують роботу та збільшують бажання працювати в організації. Крім того, такий важливий інститут ефективного корпоративного управління, як лідерство уможливило свою реалізацію саме через встановлення прогресивних цінностей, норм поведінки, заходів і засобів впливу [2].

Одним з перших етапів по формуванню інноваційної культури є діагностика поточного стану інноваційного клімату в корпорації. Найзручнішим способом є анкетування, оскільки дозволяє охопити і, відповідно, врахувати думку якомога більшої кількості робітників. Доповнюється оцінка стану інноваційного клімату через співбесіди з ключовими експертами з інноваційного розвитку компанії та найбільш залученими до реалізації інноваційних процесів фахівцями.

Результати діагностики стану інноваційного клімату в корпорації виступають підґрунтям для визначення та розробки напрямів формування інноваційної культури в організації, а також конкретних інструментів їх реалізації.

Серед основних інструментів формування інноваційної культури можна виділити організаційні, економічні та соціально-психологічні.

Основним завданням організаційних інструментів є створення для персоналу сприятливого для інновацій середовища роботи. Зазначена складова передбачає ресурсне забезпечення інноваційної діяльності.

Надання в користування мобільних телефонів, ноутбуків та інших засобів дозволяє покращити комунікації, інформаційне забезпечення, застосування гнучких графіків роботи. Підвищення, таким чином, ефективності використання робочого часу дозволяє вивільнити робочий час для творчої роботи, пошуку нових ідей, раціоналізаторства та інновацій. Деякі компанії офіційно дозволяють працівникам використовувати до 10 % (у корпорації 3М навіть 15 %) робочого часу на власні творчі проекти.

Крім того, робоче місце і, бажано, усе робоче приміщення мають створювати атмосферу, сприятливу для творчості. З цією метою будівлі компаній проєктуються з середини та зовні візуально та психологічно привабливими через ефективне комбінування кольору, світла та простору [1].

Не менш важливим завданням реалізації організаційних інструментів є налагодження ефективних комунікаційних зв'язків у корпорації, спрямованих на поширення, популяризацію інноваційного мислення та ідей. Таке завдання може реалізовуватися через особисті контакти, наради, конференції, використання аудіо-візуальних засобів, стендів для оголошень, листівок, газет тощо.

Зазначені умови, створені в корпорації для посилення інноваційної активності, будуть ефективним лише за умови бажання та зацікавленості персоналу займатися інноваційною діяльністю. Тому важливою складовою у формуванні інноваційної культури в корпорації виступає застосування економічних і соціально-психологічних інструментів.

Економічні інструменти, перш за все, мають на увазі широке застосування матеріального стимулювання інноваційної діяльності, зокрема, раціоналізаторства, що передбачає виплату інноватору окремо встановленого відсотка від ефекту, отриманого від реалізації інновації. Соціально-психологічні інструменти спрямовані на створення в організаціях сприятливої для інновацій атмосфери за допомогою нематеріального стимулювання інноваційної діяльності, проголошення, поширення та демонстрації прихильності ціннісним настановам, які визнають необхідність здійснення інновацій, підтримують ініціативний і творчий підхід до виконання роботи. Зазначені завдання реалізуються через чітко сформульовану місію, мету та цілі корпорації. Інноваційний тип мислення та ставлення керівництва до інновацій втілюється через управлінські рішення, що демонструють підтримку інноваційних ідей, особливо у випадках їх невдалої реалізації. Важливими орієнтирами для працівників виступають вчинки та здобутки співробітників, проголошених найкращими в корпорації. Формування інноваційних цінностей також обов'язково має враховувати національні особливості менталітету працівників компаній, що входять до складу міжнародних корпорацій.

Література

1. Работающая инновация. Как управлять ею, измерять ее и извлекать из нее выгоду / Тони Давила, Марк Дж. Эпштейн, Роберт Шелтон ;

пер. с англ. О. И. Зори ; под науч. ред. Т. Ф. Козицкой. — Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2007. — 288 с.

2. *James L. Heskett*. 10 Reasons to Design a Better Corporate Culture / James L. Heskett, W. Earl Sasser, Joe Wheeler // Harvard Business School. — 2008, December 22 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://hbswk.hbs.edu/item/5917.html>

Сорока Н. В.,

аспірантка,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима
Гетьмана», Україна

Soroka Nelya,

PhD student of the SHEE «Vadym
Hetman Kyiv National Economic
University», Ukraine

ІНТЕГРАЦІЯ ПОКАЗНИКІВ ОЦІНЮВАННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА В СИСТЕМУ УПРАВЛІННЯ

INTEGRATION OF EVALUATION COMPANY'S HUMAN CAPITAL IN MANAGEMENT SYSTEM

Запропоновано спосіб визначення ефективності використання людського капіталу підприємства. Показано можливу сферу застосування в якості діагностичного інструментарію.

It is proposed the method for determining the effectiveness of company's human capital. Displaying the possible scope of its application as a diagnostic tool.

Показників, зазвичай використовуваних для вимірювання якості людського капіталу, таких як дохід або прибуток на ФТЕ, плинність кадрів, витрати на оренду персоналу та частка задоволених співробітників, недостатньо для вимірювання фінансової віддачі від значних інвестицій організації в людський капітал [1—4, 7]. Тому часто, по аналогії із підходом до оцінювання реальних інвестицій, у якості аналітичного інструменту застосовують показник «рентабельність людського капіталу».

Економічний ефект від застосування людського капіталу підприємства (продуктивність ЛКП і рентабельність людського капіталу HC ROI), на нашу думку, може бути виражений у вартісному вигляді — як величина новоствореної вартості, та у відсотковому її відношенні до вартості людського капіталу.

Рентабельність людського капіталу фармацевтичних підприємств (як співвідношення чистого прибутку і вартості людського капіталу) коливається у межах — 18,4 % (ВАТ «Біолік» 2009 р. до 33,2 % ВАТ «Дарниця» 2004 р.) — рис. 1.