

ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА

© Бойченко К.С., 2017

Підвищення ефективності впровадження інновацій, здійснення інноваційної діяльності, реалізації інноваційного потенціалу суспільства завжди перебували в центрі уваги, створюючи об'єктивну необхідність формування інноваційної культури з урахуванням процесів, що відбуваються в світовому співтоваристві та вимагають нових управлінських, правових, організаційних і технологічних підходів. Все це вимагає зростання кількості професіоналів нової формації, членів суспільства – розповсюджувачів нової культури, генераторів ідей і їх втілювачів, ініціаторів інноваційних процесів.

Питаннями встановлення сутності інноваційної культури, факторам її розвитку в компанії займалися вітчизняні та зарубіжні вчені, а саме: Б. Брайант, Л. Брайан, Дж. Вейнтрауб, В. Іноземцев, К. Девіс, Г. Захарчин, С. Казмірчук, К. Камерон, Р. Куїнн, А. Ніколаєв, Дж. Прабу, Д. Рао, Т. Соболева, Дж. Телліс, Л. Холодкова, Ф. Хорайб, Р. Чанді, Е. Шейн та інші.

Вперше поняття «інноваційна культура» було введено в 1995 році в «Зеленій книзі про інновації», виданій Європейським Союзом.

Вивчивши підходи до інновацій 759 компаній, що працюють на 17 найбільших ринках, дослідники Джерард Телліс, Джайдіп Прабу і Раджеш Чанді виявили, що корпоративна культура набагато важливіша рушійна сила радикальних інновацій, ніж співробітники, держава або національна культура [1].

Інноваційна культура суспільства забезпечує не тільки постійне створення і впровадження нового, але й включає механізми, що дозволяють адаптувати індивіда до змін у різних сферах діяльності.

Інноваційна культура підприємства ґрунтується на шести елементах: ресурси, процеси, цінності, поведінка, клімат і успіх (результативність). Ці елементи взаємопов'язані. Наприклад, цінності компанії впливають і на поведінку людей, і на клімат на робочому місці, і на те, як визначається і вимірюється успіх, ефективність функціонування бізнесу в цілому.

Коли справа доходить до сприяння інноваціям, компанії зазвичай приділяють значну увагу ресурсам, процесам і оцінюванню результативності діяльності – елементам, які досить легко виміряти. При цьому недостатньо уваги приділяється людським факторам інноваційної культури – цінностям, поведінці та клімату. Не дивно, що більшість компаній краще управляють ресурсами та вимірюваними показниками результативності в інноваціях, ніж елементами, пов'язаними з інтелектуалізацією бізнесу. «Невловимими» елементами інноваційної культури (цінності, поведінка персоналу, особливості взаємовідносин на робочому місці), як відзначають багато дослідників, дійсно важче управляти.

Інноваційна культура підприємства як потужний інструмент управління знаходить своє вираження в тому, що в останнє десятиліття досить чітко виділяється перехід до нового типу економічного розвитку, який називають науково-технічним або інноваційним. Його характеризують: масова творча активність, яка змінює ставлення до форм самовираження особистості, ризику, ініціативи, пошуку; підприємницька поведінка, спрямована на освоєння високих технологій; модифікація відносин власності у великих корпораціях (внутрішні венчури); зміна векторів менеджменту.

Зокрема, інноваційна культура характеризується більш високим освітнім рівнем персоналу, творчою обстановкою, новаторством, постійною потребою в удосконаленні, експериментаторством, готовністю до ризику і динамізмом в цілому.

Для формування інноваційної культури необхідна особлива організаційна структура управління, в основу якої покладено принцип гнучкого реагування, сприйняття нового. Для цього

використовуються проектні або програмно-цільові структури і їх поєднання з традиційною лінійно-функціональною. Важлива умова організації інноваційної діяльності на внутрішньому рівні компанії – підприємницька автономія, тобто надання самостійності окремим структурним одиницям підприємства з метою стимулювання їх ризикової активності у впровадженні нововведень – «інтрапренерства».

Результативність формування інноваційної культури підприємства залежить від внутрішніх і зовнішніх його компетентностей, а також динамічних здібностей компанії. З урахуванням внутрішніх і зовнішніх компетентностей можна визначити чинники, які забезпечують підприємству суттєві конкурентні переваги. Як правило, для створення таких переваг потрібен значний період часу.

Серед внутрішніх компетентностей інноваційної компанії можна виокремити такі:

- ефективна організаційна культура, яка підтримує інновації;
- наявність унікальних технологій, що не доступні конкурентам;
- наявність кваліфікованого, творчого і ініціативного персоналу, здатного запропонувати нову ідею, новий продукт;
- наявність відпрацьованих і ефективних бізнес-процесів (управління знаннями, проектами, логістика, збут, маркетинг, стратегічне планування, мотивація персоналу тощо);
- НДДКР (ноу-хау, здатність створювати і поширювати інновації).

До зовнішніх компетентностей можна віднести такі:

- зв'язки і довірчі відносини в мережі, з постачальниками і споживачами, які стимулюють інновації;
- можливості лобіювання своїх інтересів у владних структурах;
- наявність «розкрученої» торгової марки, під якою можна виводити на ринок нові товари;
- здатність забезпечувати фінансування інноваційних проектів в необхідному обсязі і за обґрунтованою вартістю (взаємозв'язки з фінансовими інститутами та інвесторами).

Інноваційна культура підприємства повинна забезпечувати сприйнятливість персоналу до нових ідей, його готовність, можливість, бажання і здатність підтримувати та реалізовувати нововведення. Вона відображає ціннісну орієнтацію персоналу, закріплену в знаннях, уміннях і навичках, а також в мотивах і нормах поведінки [2].

За результатами проведених досліджень можна стверджувати, що завдання формування інноваційної культури є пріоритетом нашої держави і суспільства в цілому. Інноваційна культура формується в умовах модернізації суспільства, перетворення соціальних інститутів. Вона характерна не тільки для підприємств, які створюють нові знання і технології, але також для компаній, які виступають в ролі споживачів інноваційних продуктів і постачальників сировини. Інноваційна культура необхідна, щоб забезпечити ефективне освоєння інновацій, створити інфраструктуру для їх розвитку. При цьому все більше представників органів влади та бізнесу приділяють пильну увагу питанням інноваційного розвитку, особливо виділяючи проблеми формування інноваційної культури, оскільки саме створення необхідних умов для поширення інноваційної культури сприятиме розвитку інноваційного суспільства в Україні.

1. Рао Д. *Насколько инновационна культура вашей компании*/Джей Рао, Джозеф Вейнтрауб; пер.с англ. Ирины Сергеевой // *Свой Бизнес*. – 2013, №7/8. – С.82-90.

2. Николаев А. *Инновационное развитие и инновационная культура* // *Наука и науковедение*. – 2013, №2. – С. 15-18.