

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ІНСТРУМЕНТ ІННОВАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

УДК 339.137.2:658.0

Найфонова А. О., студентка 4 курсу
факультету менеджменту і маркетингу
ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Корпоративна культура - сукупність моделей поведінки, які придбані організацією в процесі адаптації до зовнішнього середовища і внутрішньої інтеграції, які показали свою ефективність і поділяються більшістю членів організації [1]. Ці моделі поведінки виробляються як цілеспрямовано, за допомогою уявлень менеджерів про те, як саме повинна функціонувати компанія, так і стихійно - з професійної практики і правил, що виробляються в ході взаємодії з контрагентами, такими як покупці, постачальники, конкуренти, уряд.

Термін «корпоративна культура» з'явився в ХІХ столітті. Цей термін був сформульований і застосований німецьким фельдмаршалом Мольтке, який застосовував його, характеризуючи взаємини в офіцерському середовищі. У той час взаємини регулювалися не тільки статутами, судами честі, але і дуелями: рубець був обов'язковим атрибутом приналежності до офіцерської «корпорації» [1]. Корпоративна культура зараз стала грати величезну роль. З переходом від чисто капіталістичній спрямованості бізнесу до отримання прибутку будь-яким шляхом до більш соціально-орієнтованої парадигми вибудовування відносин з контрагентами, роль культури в компанії зросла і часом стала відігравати визначальну роль у виробленні політики компанії.

Без наявності корпоративної культури, яка об'єднує співробітників компанії в одне ціле неможливо говорити про можливість успішного розвитку даної компанії, в тому числі про успішне впровадження інновацій. У корпоративній культурі будь-якого підприємства можна виділити чотири головні складові [2]: 1) правила, які є в цій організації; 2) соціальна політика; 3) створення умов праці; 4) традиції. Розглянемо кожен з цих блоків з точки зору інноваційного менеджменту.

Для успішного впровадження інновацій, необхідна дисципліна і порядок на підприємстві. Без них, без чіткого розподілу повноважень, без писаних і неписаних правил виробництва і роботи, неможливо успішно проводити модернізацію виробничих потужностей і впровадження високих технологій в повсякденну практику компаній. Коли існує чіткий набір правил і повноважень, ієрархія, тоді можна вибудовувати виробничі ланцюжки, виявляти на кого нововведення в першу чергу вплинуть. Також це дає можливість виявити необхідні заходи з обслуговування інновацій як то організація курсів підвищення кваліфікації без або з відривом від виробництва, навчання правилам використання нової техніки і так далі.

Соціальна політика підприємства також вкрай важлива. Менеджер повинен усвідомлювати, що люди, високоякісний людський капітал – це основа, базис впровадження будь-яких інновацій. А високоякісний людський капітал, в свою чергу, потребує особливих умов. це можуть бути корпоративні заходи, спільне відзначення днів народження, медична страховка, допомога в організації відпочинку дітей працівників влітку в таборах і так далі. Хороший соціальний пакет служить потужним стимулом заохочення працівника і налаштує його на довгострокове співробітництво з даним підприємством [3, с. 77], а низька плинність кадрів необхідна при інноваційному шляху розвитку компанії, оскільки кожен раз переучувати нових працівників буде завжди дорожче, ніж зберегти старих.

Очевидно також, що створення сприятливих умов праці і здорової робочої атмосфери на робочому місці необхідно для успішної роботи персоналу і підвищення їх продуктивності. Саме підвищення продуктивності праці є ознакою успішного впровадження інновацій.

Нарешті, будь-які традиції, створені на підприємстві, нехай то відзначення свят або днів народження, або, може, спільні пікніки з приходом весни, допомагають згуртувати колектив, допомогти людям краще зрозуміти місію компанії, спрацюватися, а, відповідно, згодом їм буде легше працювати над спільними проектами, вирішувати виробничі

завдання колективно. Відповідно, корпоративні традиції сприяють підвищення лояльності персоналу і ефективності його спільної роботи.

Рівні і розмах управління корпоративною культурою в країнах з розвиненою ринковою економікою і в країнах з перехідною економікою досить різні. Стосовно до перших, стан цього виду управління диктується рівнем постіндустріального розвитку, що вимагає не просто кваліфікованого виконавця, що є частиною ієрархічної бюрократичної структури корпорації, а діяльного енергійного менеджера, що має певну свободу дій і відповідальність всередині компанії.

Мета корпоративної культури полягає у тому, щоб цінності компанії і людини були однакові. Це також стосується і зовнішніх виразів, тому компанії встановлюють правила поведінки, яких повинні дотримуватися всі. Людина повинна сама бажати робити те, що необхідно компанії, він сам, без вказівок керівництва, зобов'язаний визначати, що потрібно для її подальшого розвитку. Якщо людина не визнає правила, компанії доводиться з ним попрощатися.

Отже, головна мета корпоративної культури компанії - досягнення великих результатів за допомогою покращення управління людськими ресурсами для впровадження лояльності робітників до керівництва і прийнятих ними рішень, виховання у працівників ставлення до компанії, як до свого дому. Це призводить до загального підвищення ефективності менеджменту і покращення діяльності компанії в цілому.

Таким чином в компанії формується новий тип працівника, тип лідера - носія інноваційно-підприємницького духу, що подає іншим приклад соціально значимої поведінки в різних ситуаціях, здатного закріплювати напрацьовані культурно-господарські традиції та створювати нові. Просування таких лідерів в центр інноваційної діяльності пов'язано і з тим, що будь-яке нововведення, ламаючи усталений порядок, викликає досить сильну протидійну реакцію.

Інноваційна корпоративна культура - це система розповсюджених в компанії норм і цінностей, що забезпечує максимальний рівень сприйняття, ініціації і реалізації інновацій. Згідно з дослідженнями

Асоціації менеджерів, 55% респондентів наголошують на необхідності більш активної інноваційної політики компанії в цілому.

При цьому керівники виділяють цінність розвитку корпоративної культури для успішного впровадження організаційно-управлінських інновацій в українських компаніях. Зокрема, 54% опитаних відзначили необхідність широкої внутрішньої кампанії з роз'яснення співробітникам суті пропонованих змін, а 39% виділили роль попереднього обговорення управлінських інновацій в організації.

Розповсюджувачами інноваційної корпоративної культури від самого початку стають керівники організації і топ-менеджери, які демонструватимуть елементи культури підлеглим. Для цього вони найбільш широко використовуються наступні технології:

навчальні семінари з метою створення у персоналу настрою на ініціацію і сприйняття інновацій;

допомога в розробці конкретних інструментів (процедур стимулювання креативності, ініціативності, високої інноваційної активності персоналу і ін.);

розробка і проведення корпоративних заходів, спрямованих на прискорення і зростання ефективності впровадження інноваційної корпоративної культури.

тренінги для управлінської команди, спрямовані на формування конкретних навичок, адекватних планованій культурі. Вони дозволяють топ-менеджерам краще зрозуміти ситуацію в компанії і визначити роль кожного з них у розвитку інноваційної корпоративної культури;

Таким чином, виходячи з усього вищесказаного, корпоративна культура є найважливішим інструментом інноваційного менеджменту та служить основою для успішного впровадження інновацій на будь-якому підприємстві, а також сприяє підвищенню продуктивності роботи та згуртуванню колективу компанії.

Література

1. Корпоративна культура [Електронний ресурс]. - 2016. - Режим доступу: http://ru.wikipedia.org/wiki/Корпоративная_культура.
2. Корпоративна культура [Електронний ресурс]. - 2016. - Режим доступу: <http://news.tut.by/economics/210971.html>.
3. Малецький А. В. Інноваційний персонал як чинник економічного зростання підприємства / А. В. Малецький // Комунальне господарство міст. Серія «Економічні науки». – 2010. – № 94. – С. 368–372.

Науковий керівник
К.е.н., доцент

Бутенко Д.С.

Опубліковано в авторській редакції