**Соболєва Т.О.**

к.е.н., доцент кафедри менеджменту

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

**ІНСТРУМЕНТИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ В КОРПОРАЦІЯХ**

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

інноваційної корпоративної культури.

**Sobolieva Tetyana**

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

**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 та 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 уможливлює свою реалізацію саме через встановлення прогресивних цінностей, норм поведінки, заходів та 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% (в корпорації ЗМ 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 проектуються 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 в корпорації, спрямованих на поширення, популяризацію інноваційного мислення та ідей. Таке завдання може реалізовуватися через особисті контакти, наради, конференції, використання аудіовізуальних 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 та 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>