

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ІННОВАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ

Анотація. В статті проаналізовано сутність та основні теоретичні засади інноваційної культури корпоративного управління. Корпоративна культура підприємства дає змогу розв'язати дві ключові проблеми: встановити оптимальні зв'язки підприємства із зовнішнім середовищем (зовнішня адаптація) та сприяти стабільній та продуктивній роботі персоналу на партнерських засадах (внутрішня інтеграція). Охарактеризовано методичку комплексної оцінки ефективності корпоративного управління. Обґрунтовано еволюцію побудови корпоративної культури інноваційно орієнтованої компанії. Корпоративна культура виконує такі функції: надання співробітникам організаційної ідентичності, визначення внутрішнього уявлення про підприємство та його головні цінності; допомога новим співробітникам швидко адаптуватись і прилучитися до ефективної роботи, правильно сприймати явища, що відбуваються на підприємстві, завдяки знанням про головні принципи інноваційних засад інноваційної культури корпоративного управління; стимулювання прояву індивідуальної і колективної відповідальності при виконанні окреслених завдань, зокрема у сфері інновацій. Визначено взаємозв'язок корпоративного підприємництва та інноваційної культури. Зазначено, що взаємозв'язок корпоративного підприємництва та інноваційної культури носить двосторонній характер: спочатку формується елементна база інноваційної культури фірми, потім в результаті систематичного застосування і використання технологічних і управлінських новацій трансформується сам бізнес.

Ключові слова: корпоративне управління; інновації; корпорація; інноваційний розвиток; інноваційна культура; корпоративні конфлікти.

Fedirko G. A.

THEORETICAL BASES OF INNOVATIONAL CULTURE OF CORPORATE GOVERNANCE

Annotation. *The essence and main innovative principles of the innovative culture of corporate governance are analyzed in the article. The corporate culture of the enterprise allows solving two key problems: to establish the best connections of the enterprise with the external environment (external adaptation) and to promote the stable and productive work of the staff on a partnership basis (internal integration). The characteristic of methods of the complex estimation of efficiency of corporate management is given. The evolution of the corporate culture of an innovation-oriented company is substantiated. Corporate culture performs the following functions: providing employees with organizational identity, defining the internal image of the; help new employees quickly adapt and join effective work, correctly perceive the phenomena occurring at the enterprise, thanks to knowledge of the main principles of innovative foundations of the innovative culture of corporate governance; stimulating the manifestation of individual and collective responsibility in the performance of certain tasks, in particular in the field of innovation. The relationship between corporate entrepreneurship and innovative culture is defined. It is noted that the relationship between corporate entrepreneurship and innovative culture is bilateral: first, the elemental base of the company's innovative culture is formed, then as a result of the systematic application and use of technological and managerial innovations, the business itself is transformed.*

Key words: *corporate governance; innovation; corporation; innovative development; innovative culture; corporate conflicts.*

Федирко Г. А.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИННОВАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Аннотация. В статье проанализированы сущность и основные инновационные принципы инновационной культуры корпоративного управления. Корпоративная культура предприятия позволяет решить две ключевые проблемы: установить оптимальные связи предприятия с внешней средой (внешняя адаптация) и способствовать стабильной и продуктивной работе персонала на партнерских началах (внутренняя интеграция). Приведена характеристика методик комплексной оценки эффективности корпоративного управления. Обоснована эволюция построения корпоративной культуры инновационно ориентированной компании. Корпоративная культура выполняет следующие функции: предоставление сотрудникам организационной идентичности, определения внутреннего представления о предприятии и его главные ценности; помощь новым сотрудникам быстро адаптироваться и приобщиться к эффективной работе, правильно воспринимать явления, происходящие на предприятии, благодаря знаниям о главных принципах инновационных основ инновационной культуры корпоративного управления; стимулирование проявления индивидуальной и коллективной ответственности при исполнении определенных задач, в частности в сфере инноваций. Определена взаимосвязь корпоративного предпринимательства и инновационной культуры. Отмечено, что взаимосвязь корпоративного предпринимательства и инновационной культуры носит двусторонний характер: сначала формируется элементная база инновационной культуры компании, затем в результате систематического применения и использования технологических и управленческих новаций трансформируется сам бизнес.

Ключевые слова: корпоративное управление; инновации; корпорация; инновационное развитие; инновационная культура; корпоративные конфликты.

Постановка проблеми та актуальність дослідження. Під час трансформування сучасних уявлень про природу економічного зростання та активізацію значення соціокультурних факторів поступово відбувається зміна парадигми, що є науковою відповіддю на виклики часу. Ранні теорії економічного зростання ґрунтувалися на технологічній парадигмі, на зміну якій прийшла техніко-економічна. Реалії сьогодення засвідчують становлення інтегрованої культурної парадигми економічного розвитку, в якій ключовим фактором є людський капітал, соціально-гуманістичне спрямування і визнання значення культури у поступальному розвитку суспільства загалом. Теоретичним змістом сучасної парадигми економічної науки є система економічних законів і категорій, які можуть допомогти у вирішенні назрілих суперечностей і проблем. Серед цієї сукупності законів виділяємо універсальний закон розвитку, що пронизує всі сфери життєдіяльності суспільства, і відтворює об'єктивний, впорядкований взаємозв'язок і взаємозалежність явищ реальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різні аспекти дослідження особливостей інноваційних засад інноваційної культури корпоративного управління висвітлені в працях таких учених як: В. О. Аніщенко, М. Г. Артеменко, О. І. Бала, Т. О. Башук, Т. Г. Кицак, І. Ф. Коваленко, М. І. Овчаренко, М. І. Овчаренко, Г. В. Пермінова, П. С. Смоленюк та інші. Вивчення праць вказаних науковців дозволяє ґрунтовно підійти до дослідження сучасних тенденцій інноваційних засад інноваційної культури корпоративного управління.

Формування цілей статті (постановка завдання). Метою статті є обґрунтування особливостей інноваційних засад інноваційної культури корпоративного управління.

Виклад основного матеріалу дослідження. Формування теоретичних засад інноваційної культури корпоративного управління залишається важливим складником структурного реформування, що зумовлює актуалізацію наукових досліджень різнопланового соціально-економічного змісту. Питання полягає у досягненні соціально-економічної ефективності корпоративного управління за умов одночасної реалізації цілей підвищення ефективності функціонування

корпорації та забезпечення балансу інтересів персоналу організації. Як показав аналіз, досягнення цих двох цілей є необхідним з точки зору забезпечення економічного зростання, створення і підтримки конкурентного середовища, максимізації прибутковості інвестиційного процесу, підвищення продуктивності праці та ефективності виробництва. Проблема оцінки ефективності корпоративного управління об'єктивно ускладнюється наявністю різноорієнтованих ціннісних пріоритетів учасників корпоративних відносин, які зацікавлені у досягненні успіху в діяльності підприємства, тоді як шляхи й методи його забезпечення можуть значно відрізнятись. Саме тому адекватне оцінювання рівня теоретичних засад інноваційної культури корпоративного управління дає змогу визначити можливість створення балансу інтересів зацікавлених сторін [1, с. 65].

Корпоративне управління можна визначити як відпрацьований компанією спосіб самоврядування, що забезпечує раціональний розподіл ресурсів і результатів діяльності між усіма акціонерами, інвесторами та кредиторами акціонерного товариства. Поняття «корпоративне управління» включає в себе комплекс правил і стимулів, за допомогою яких акціонери здійснюють контроль над керівництвом компанії і вплив на менеджмент за допомогою максимізації прибутку і вартості компанії. Соціологічні опитування показують, що понад 80% інвесторів заявляють про свою готовність платити більше за акції компаній з гарною якістю корпоративного управління в порівнянні з компаніями, де управління знаходиться на низькому рівні [5, с. 101].

Досвід найкращих вітчизняних і зарубіжних корпорацій свідчить про те, що інноваційна культура за своєю природою конструктивна і динамічна. Вона не тільки несе в собі колосальні можливості для розвитку наукоємного, високотехнологічного бізнесу, а й висуває якісно інші вимоги до системи управління [6, с. 225].

Розглянемо основні з існуючих методик дослідження інноваційної культури корпоративного управління (рис. 1).

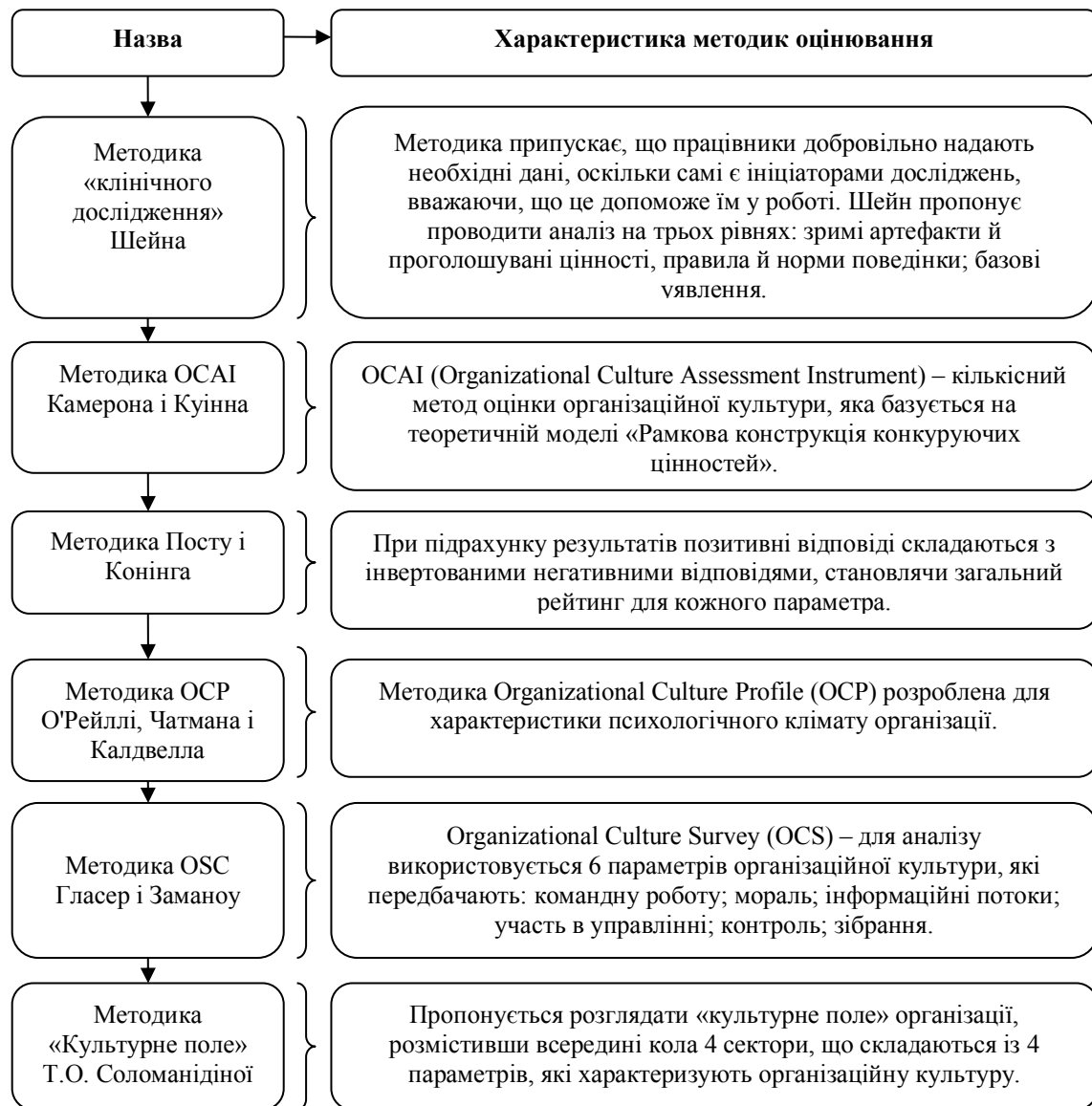


Рис. 1. Характеристика методик комплексної оцінки ефективності інноваційної культури корпоративного управління [11, с. 43]

Аналіз існуючих методик оцінки ефективності корпоративного управління дає можливість зробити висновок, що переваги й недоліки є у всіх перелічених методів. Так, холістичний метод дозволяє отримати найбільш точний опис культури організації, виявити вихідні мотиви багатьох вчинків і традицій. Однак усе це вимагає великих витрат часу, а безпосередня участь дослідника в житті підприємства – ще й доброзичливого ставлення до ідеї оцінки культури з боку працівників, особливо керівників [2, с. 95].

Методологічною основою дослідження ефективності корпоративного управління є системний, процесний та ситуативний підходи управління, які розглядають ефективності корпоративного управління з різних точок зору. Оцінка

нових можливостей у системі «споживач – ринок – технологія» приводить підприємця до вміння правильно розібратися в ситуації і вирішити, що «брати із собою в дорогу». Тому, хто розробляє стратегію, необхідно оцінити ризики і перспективи альтернативних шляхів розвитку і прийняти правильні рішення, що сприяють успіху компанії в наступні роки. Вдало сформульована місія підготовляє компанію до майбутнього.

Усе викладене дозволяє стверджувати, що для комплексної оцінки ефективності корпоративного управління необхідно розробити методику, яка базується на емпіричних доказах, отриманих у результаті комбінації як кількісного, так і холістичного методу, що дозволить максимально повно оцінити корпоративну культуру. Застосування методів оцінки ефективності функціонування засад інноваційної культури корпоративного управління дозволяє: підвищити обґрунтованість та якість прийнятих управлінських рішень; поліпшити інформаційно-аналітичне забезпечення процесів забезпечення інноваційних засад інноваційної культури корпоративного управління; знизити ступінь невизначеності та ризику при здійсненні процесів формування інноваційних засад інноваційної культури корпоративного управління.

Лідруючу роль у формуванні інноваційної культури відіграє головний менеджер – керівник компанії. Його лідерство визначається комплексом інноваційних якостей, до числа яких можна віднести інтелект, нестандартність мислення, своєрідний інноваційний «голод» і прагнення змінити застарілі прийоми роботи, силу волі, комунікабельність, ініціативність, здатність ефективно протистояти зовнішній агресії, вміння максимально концентруватися на вирішенні складного завдання, приймати на себе відповідальність за прорахунки всієї команди. Він повинен одночасно відповідати декільком вимогам: бути далекоглядним стратегом, авторитетним лідером, соціальним партнером, сміливим новатором, духовним наставником. Особливий тип інноваційно орієнтованого лідера характеризується тим, що лідер «не керує, не командує, а веде за собою інших, при цьому вони виступають по відношенню до нього не підлеглими, а послідовниками» [12, с. 125].

Варто відзначити, що культура організації багато в чому є відображенням особистісних якостей і самої свідомості лідерів. Трансформація ділової культури і організаційні зміни починаються з готовності керівництва переосмислити свої власні цілі та поведінку. Не можна змінювати корпоративну стратегію без відповідних перетворень в індивідуальній свідомості корпоративних лідерів. Фахівці-практики рекомендують будь-яку реорганізацію починати з вивчення структури цінностей директорської команди і тільки потім приступати до аналізу цінності працівників [4, с. 181]. Дотримання такої послідовності продиктовано двома причинами. По-перше, ініціатори перетворень повинні: а) розуміти глибину культурних і ментальних проблем; б) мати готовність і бажання працювати в одній команді і змінити щось в собі, перш ніж в процес переоцінки цінностей буде залучена вся організація. По-друге, якщо топ-менеджери не виявляють належної зацікавленості в змінах, то краще припинити процес культурної трансформації на початковій стадії, не залучаючи до нього працівників і не обманюючи їх очікувань.

У раціонально організованому бізнесі внутрішня боротьба підрозділів за ресурси і доходи, і відповідно, за підвищення власного статусу в корпоративній ієрархії, не усуває необхідності підтримувати і розвивати їх конструктивну взаємодію з метою досягнення високих кінцевих результатів. В результаті втрачається дух корпоративної солідарності, недавні партнери стають непримиренними опонентами, різко загострюються їхні внутрішні протиріччя. Бізнес потрапляє в смугу потрясінь, а корпорація переходить до нових власників або взагалі припиняє своє існування [7, с. 217].

Корпоративна культура кожної інноваційно орієнтованої компанії має власну елементну базу, яка не залишається незмінною, а разом з бізнесом трансформується, проходячи певні етапи еволюції: 1) зародження і формування; 2) структурна та функціональна інституціоналізація; 3) модернізація або деградація. На першому етапі виникає деякий набір новаторських ідей (інноваційний генотип), що дозволяють на їх основі спроектувати і організувати креативний бізнес [10, с. 131]. Другий етап характеризується добудовування і

упорядкуванням елементної бази корпоративної культури. Інноваційні цінності перетворюються в стійкі норми, правила і звичаї взаємодії ділових партнерів, а інноваційний потенціал компанії знаходить свої якісні та кількісні характеристики. Третій етап можна визначити як період кризових потрясінь і випробувань компанії на міцність. У певний момент бізнес наштовхується на внутрішні або зовнішні обмеження, і його збереження в колишньому вигляді стає ризикованим і небезпечним. Подальше нарощування виробництва або навіть підтримка досягнутих обсягів випуску продукції чреваті падінням купівельного попиту, збитками, зниженням рентабельності. Залежно від якості менеджменту кризовий етап завершується модернізацією бізнесу або його крахом і вмиранням.

Взаємозв'язок корпоративного підприємництва та інноваційної культури носить двосторонній характер: спочатку формується елементна база інноваційної культури фірми, потім в результаті систематичного застосування і використання технологічних і управлінських новацій трансформується сам бізнес; і, нарешті, раціонально організований бізнес підтримує і розвиває інноваційну культуру, сприяючи більш ефективному використанню її творчого потенціалу. Використання інноваційних можливостей корпоративного сектора залежить головним чином від ступеня прозорості корпоративних відносин, мотивів поведінки власників, менеджерів і персоналу, державної підтримки корпорацій, якості управління.

Висновки. Корпоративна культура є важливою складовою в формуванні конкурентноспроможності підприємства, ефективного розвитку, зростання та високої продуктивності праці. Залучення до цієї культури змінює не тільки форми і методи організації і ведення бізнесу, але також і самих його учасників. Як і будь-яка культура, інноваційна культура складається роками, а то й десятиліттями, але не піддається грубому маніпулюванню. Плодами інноваційної культури, хоча і в різному ступені, можуть користуватися всі зацікавлені особи, але насаджувати цю культуру адміністративними методами, «запозичуючи і тиражуючи» зарубіжні зразки неможливо, та й не потрібно. Щоб інноваційна культура «прижилася», необхідно знаходити розумне поєднання колишнього, роками перевіреного

досвіду і проривних, новаторських ідей, що виражають імперативи створення національної інноваційної системи.

Отже, формування елементної бази інноваційного підприємництва, що спирається на нову якість корпоративних відносин, виступає концентрованим виразом нового стратегічного курсу.

Таким чином, інновації, що стосуються прав і обов'язків акціонерів, діяльності та функцій ради директорів, значно розширюють перспективи побудови ефективних систем корпоративного управління у вітчизняних корпораціях, дозволяють мінімізувати ймовірність виникнення корпоративних конфліктів і залучити інвесторів для вкладення капіталів в український бізнес.

Література:

1. Аніщенко В. О. Роль корпоративної культури у прийнятті управлінських рішень / В. О. Аніщенко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 3. – С. 64-71.

2. Артеменко М. Г. Корпоративна культура: мотиви управлінської діяльності / М. Г. Артеменко // Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. – № 917. Серія: Філософія. Філософські перипетії. – 2010. – С. 91-99.

3. Бала О. І. Принципи корпоративної культури підприємства: сутність та види / О. І. Бала, О. В. Мукан, Р. Д. Бала // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2010. – № 682. – С. 11-15.

4. Башук Т. О. Доцільність формування корпоративної культури на підприємстві / Т. О. Башук, А. М. Жолудєва // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 2. – С. 179-184.

5. Кицак Т. Г. Корпоративна соціальна відповідальність як основа концепції гідної праці / Т. Г. Кицак, І. Ф. Коваленко // Соціально-трудова відносина: теорія та практика . – 2015. – № 2. – С. 98-102.

6. Колесник Т. М. Механізм формування корпоративної культури в системі управління промисловим підприємством / Т. М. Колесник // Економічний простір. – 2015. – № 96. – С. 218-226.

7. Лопухова К. О. Вплив корпоративної культури на соціальні процеси

підприємства / К. О. Лопухова // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2010. – № 31. – С. 216-219.

8. Николаев А. Инновационное развитие и инновационная культура / А. Николаев // Наука и науковедение. – 2011. – № 2. – С. 15-18.

9. Овчаренко М.І. Корпоративна культура організації як економічна категорія: її сутність і зміст / М.І. Овчаренко // Збірник наукових праць «Економічний простір». – 2011. – № 52/2. – С. 250-259.

10. Овчаренко М. І., Червякова С. В. Методичне забезпечення оцінки стану корпоративної культури підприємства / М. І. Овчаренко, С. В. Червякова // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2013. – № 2. – С. 130-141.

11. Пермінова Г. В. Моделі корпоративної соціальної відповідальності: зарубіжний та вітчизняний досвід / Г. В. Пермінова // Вісник ОНУ імені І. І. Мечникова. – 2012. – Т.17. Вип. 1. – С. 41 – 47.

12. Смоленюк П. С. Корпоративна культура як основа розвитку організації / П. С. Смоленюк // Наука й економіка. – 2010. – № 1. – С.123-128.

References

1. Anishchenko V. O. Rol korporatyvnoi kultury u pryiniatti upravlinskykh rishen / V. O. Anishchenko // Aktualni problemy ekonomiky. – 2009. – № 3. – S. 64-71.

2. Artemenko M. H. Korporatyvna kultura: motyvy upravlinskoï diialnosti / M. H. Artemenko // Visnyk KhNU imeni V. N. Karazina. – № 917. Seriia: Filosofiia. Filosofski perypetii. – 2010. – S. 91-99.

3. Bala O. I. Pryntsypy korporatyvnoi kultury pidpriemstva: sutnist ta vydy / O. I. Bala, O. V. Mukan, R. D. Bala // Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnikha». – 2010. – № 682. – S. 11-15.

4. Bashuk T. O. Dotsilnist formuvannia korporatyvnoi kultury na pidpriemstvi / T. O. Bashuk, A. M. Zholudieva // Marketynh i menedzhment innovatsii. – 2011. – № 2. – S. 179-184.

5. Kytsak T. H. Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist yak osnova kontseptsii hidnoi pratsi / T. H. Kytsak, I. F. Kovalenko // Sotsialno-trudovi vidnosyny: teoriia ta praktyka . – 2015. – № 2. – S. 98-102.

6. Kolesnyk T. M. Mekhanizm formuvannia korporatyvnoi kultury v systemi upravlinnia promyslovym pidpriemstvom / T. M. Kolesnyk // Ekonomichnyi prostir. – 2015. – № 96. – S. 218-226.

7. Lopukhova K. O. Vplyv korporatyvnoi kultury na sotsialni protsesy pidpriemstva / K. O. Lopukhova // Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti. – 2010. – № 31. – S. 216-219.

8. Nykolaev A. Ynnovatsyonnoe razvytye y ynnovatsyonnaia kultura / A. Nykolaev // Nauka y naukovedenye. – 2011. – № 2. – S. 15-18.

9. Ovcharenko M.I. Korporatyvna kultura orhanizatsii yak ekonomichna katehoriia: yii sutnist i zmist / M.I. Ovcharenko // Zbirnyk naukovykh prats «Ekonomichnyi prostir». – 2011. – № 52/2. – S. 250-259.

10. Ovcharenko M. I., Cherviakova S. V. Metodychne zabezpechennia otsinky stanu korporatyvnoi kultury pidpriemstva / M. I. Ovcharenko, S. V. Cherviakova // Marketynh i menedzhment innovatsii. – 2013. – № 2. – S. 130-141.

11. Perminova H. V. Modeli korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti: zarubizhnyi ta vitchyzniani dosvid / H. V. Perminova // Visnyk ONU imeni I. I. Mechnykova. – 2012. – T.17. Vyp. 1. – S. 41 – 47.

12. Smoleniuk P. S. Korporatyvna kultura yak osnova rozvytku orhanizatsii / P. S. Smoleniuk // Nauka y ekonomika. – 2010. – № 1. – S.123-128.

Науковий керівник: доктор економічних наук, професор, Дергачова Вікторія Вікторівна.