

УДК 330.341.1

**Вікарчук О.І.,**  
**к.е.н., доц., завідувач кафедри економіки та маркетингу,**  
**Житомирський державний університет ім. І. Франка**

## ЕВОЛЮЦІЯ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ

**Постановка проблеми.** В умовах формування економічних знань надзвичайної ваги набуває інноваційна культура, яку за значимістю варто віднести до стратегічних ресурсів нового тисячоліття.

Під інноваційною культурою мають на увазі складову загальнокультурного процесу, яка характеризує ступінь сприйняття окремою особою або групою чи суспільством різних нововведень в діапазоні перетворення їх у інновації. Інтенсивний розвиток суспільних процесів уможливив формування окремих сторін цього надзвичайно багатогранного явища: по-перше, інноваційна культура є окремою особливою формою культури в цілому; по-друге, це нова історична реальність, що породжена усвідомленим прагненням суспільства до духовного та матеріального самооновлення; по-третє, вона виступає передумовою якісних змін у життєдіяльності людини; по-четверте, стає методологічною основою прогресу гармонізації усіх сфер людської діяльності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вчені визначають, інноваційність притаманна культурі в цілому, оскільки оновлення виступає необхідною умовою культурного процесу, однак інноваційна культура надає цим процесам інтенсивного та масового характеру, охоплюючи все глибші пласти суспільних змін аж до трансформації соціально-економічного укладу.

Цінний внесок у дослідження сутності та еволюції формування інноваційної культури зробили сучасні науковці, зокрема С. Биконя, В. Соловйов, Н. Жовнір, А. Ніколаєв, В. Носков, Л. Холодкова та інші. В науковій літературі у поняття інноваційну культуру вкладається різний зміст, а тому досить по-різному визначається її сутність, що зумовлює необхідність подальших досліджень у цьому напрямку.

**Постановка завдання.** З огляду на зазначене вище, метою наукової статті є представлення авторського бачення історичного формування інноваційної культури, яку можна адаптувати до будь-яких підприємств і умов їх функціонування. Конкретними цілями нашого дослідження є: позиціонування місця, визначення ролі і формування завдань інноваційної культури на підприємстві та в інноваційному процесі; характеристика структури, рівнів, видів, функцій інноваційної культури та процесу її формування.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Глобалізація економічно-соціальних процесів змушує вітчизняні підприємства активізувати свою інноваційну діяльність з метою підтримки конкурентного статусу на ринку.

Сьогодні питання інноваційної культури, особливо у великих організаціях, дедалі більше привертає увагу теоретиків та практиків управління. Під інноваційною культурою розуміють домінуючі в колективі моральні норми і цінності, кодекс поведінки, ритуали тощо, що визначають спосіб об'єднання груп і окремих особистостей в організацію для досягнення поставлених перед нею цілей.

Інноваційна культура дає змогу одержувати так званий управлінський прибуток шляхом самоорганізації та ефекту синергії, що є тим цінним ефектом, який організація одержує не через відновлення устаткування, технологій, асортименту, а через краще узгодження цілей фірми та її підрозділів, оптимізацію організаційної структури, освоєння нових методів планування, роботи з персоналом, впровадження інноваційних методів управління [1].

Необхідність зосередження зусиль вітчизняних підприємств на розвитку інноваційної діяльності пояснюється як загально-інтеграційними процесами, так й реально існуючим перенасиченням ринків застарілими і неконкурентоспроможними товарами [2]. За цих умов оптимальним рішенням є підвищення рівня інноваційної активності підприємств із залученням усіх ефективних механізмів реалізації інноваційного процесу. Якраз інноваційна культура належить до цих тонко планових механізмів і рушіїв, які сприяють креативності та інноваційній спроможності українських підприємств, оскільки вона є результатом соціально-економічної взаємодії всіх суб'єктів інноваційної діяльності, охоплюючи відносини, які складаються на всьому ланцюжку життєвого циклу: зародження, формування, комерціалізації та дифузії інновацій.

Саме тому культура інновацій формує єдність, цілісність і взаємодію зовнішніх й внутрішніх особливостей інноваційної культури, що знайшли концентроване впровадження через функції, структуру і фактори діяльності, а також визначено її роль, мету і завдання (табл. 1).

Основна роль інноваційної культури – це визначення й синтез основних елементів інновації, їх функціонування, взаємодії і динаміки розвитку інноваційного процесу, гармонійної роботи цілої інноваційної системи підприємства [4]. Мета формування культури інновацій полягає у реалізації ефективних інновацій в якісному вимірі, удосконаленні механізму активізації необхідних потенціалів в інноваційному процесі. Серед завдань інноваційної культури доцільно виділити такі: оптимізація усіх потенціалів, важливих для здійснення інноваційного процесу та існування інноваційної системи;

формування інформаційної та комунікаційної системи на кожному етапі інноваційного процесу та всередині інноваційної системи підприємства – між її рівнями і складовими; сприяння у формуванні і впровадженні інноваційних стратегій розвитку підприємства; у синтезі із корпоративною культурою формування інтенсивно-інтелектуального клімату всередині організації, підсилення мотиваційних механізмів, а також створення інноваційного іміджу підприємства [3, с. 46].

Таблиця 1

**Зовнішні та внутрішні особливості інноваційної культури**

Зовнішні	Внутрішні
Глобалізація; Трансформація; Інтеграція; Інтелектуалізація; Інформатизація; Соціалізація; Екологізація	Перегляд існуючих стратегій, місії, цілей і програм розвитку організації; Необхідність реорганізації організаційної структури для інноваційної діяльності; Необхідність розроблення нових кадрових програм

Багатогранність та різновекторність інноваційної культури впливає на її типологію та віддзеркалює її види, а саме: за об'єктом: внутрішня (всередині організації), зовнішня (з внутрішнім середовищем); горизонтальна (децентралізована, матрична), вертикальна (ієрархічна); за суб'єктом: колективістська, індивідуальна (особистісна); за динамікою організаційних змін: революційна (миттєва), еволюційна (поступова, поетапна); за потенціалом: радикальна (базова), комбінаторна (симбіоз культур організації), доповнююча; за ступенем формалізації: формальна (нормативна, регламентована – в інноваційному процесі), неформальна (ситуаційна – на етапі інноваційного процесу); за ступенем спостереження: експліцитна (видима частина, яка включає матеріальну культуру організації, тобто продукти людської праці - інновації), імпліцитна (невидима частина, що складається із норм, цінностей, мотивів, інтересів в інноваційному процесі інтелектуально-творчий пошук, інноваційній ідеї); за ступенем ринковості: ринкова (можливість купівлі-продажу), неринкова (специфіка моделей поведінки, закріплена у нормах, правилах реалізації інноваційного процесу, які притаманні лише материнській організації і не може перейти у власність іншої організації); за локалізацією: культура якості; культура управління проектами; культура знань.

Динамічне функціонування інноваційної культури можливе завдяки злагодженій структурі, тобто ефективній взаємодії її рівнів, підсистем та складових. Інноваційна культура за своєю природою - це багаторівнева система, яка формується, діє і проявляється на різних рівнях структури підприємства: 1) стратегічному (у побудові і реалізації інноваційної стратегії); 2) управлінському (у виборі методів, підходів до управління інноваційним процесом); 3) функціональному (як функціональна складова інноваційного процесу та інноваційної системи підприємства); 4) соціальному (створює соціально-орієнтований клімат в організації, націлений на інтелектуально-творчий пошук, генерування інноваційних ідей та результативну їх реалізацію).

Крім рівнів інноваційної культури, існують її інструментальна й символічна підсистеми, які включають механізми формування інноваційної культури та реалізації інноваційного процесу. До інструментальної підсистеми належить інформаційно-комунікаційна база, інтелектуальні моделі і стратегії розвитку, нововведення у технологіях виробництва та управління, інноваційні організаційні структури, нововведення у корпоративній культурі, інноваційний аудит, інноваційна мотивація. При цьому символічна підсистема включає інноваційну ідеологію, місію та етику. Важливими є складові інноваційної культури, які відображають її сутність та специфіку. Сформовано три групи складових інноваційної культури: когнітивна - об'єднує професійні знання, творче мислення, кваліфікацію, досвід, вміння і навички, креативний потенціал, тобто інтелектуальний капітал підприємства, який формує інноваційні знання, генерує інноваційні ідеї для реалізації інноваційного процесу; ціннісно-мотиваційна - синтезує різного роду цінності, потреби, інтереси, мотиви, стереотипи та ін. суб'єктів інноваційної системи; поведінкова - узагальнює інноваційні типи поведінки суб'єктів інноваційної системи в інноваційному процесі.

Інноваційна культура розглядається як цілісна система вироблених в організації і притаманних її членам моделей поведінки, що впливають на моду, спосіб життєдіяльності організації. У цьому розумінні інноваційна культура не є первісно визначеним станом. Вона – результат соціальних взаємодій і передається через навчання, численні контакти між групами людей, поведінку, настанови, норми, систему ціннісних орієнтацій, манери одягатися, етику трудових відносин, символи, стиль керівництва, церемонії, комунікації, мову (рис. 1).

Діапазон інноваційної культури досить широкий: від створення умов ефективного використання інноваційного потенціалу (особистості, підприємства, організації) до його реформування. Інноваційна культура забезпечує сприйнятливості людей до нових ідей, їх готовність і здібність підтримувати і реалізувати інновації в усіх сферах життя.

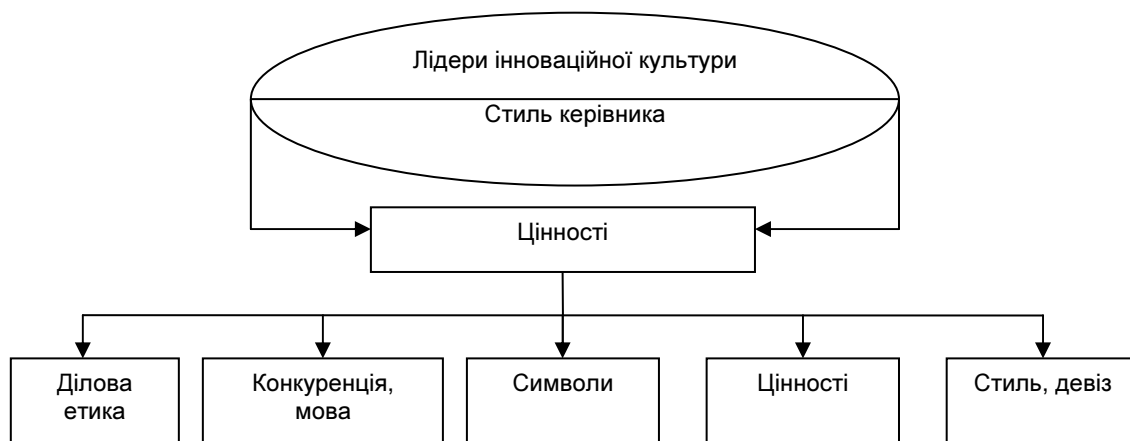


Рис. 1. Структура інноваційної культури

Інноваційна культура виконує наступні функції: трансляційну – передача з минулого в теперішній час і з теперішнього часу в майбутнє усталених типів інноваційної поведінки соціальних суб'єктів, які пройшли тривалу апробацію і набули певного ціннісного забарвлення в рамках даного суспільства; селекційну – відбір знову створених або запозичених інноваційних поведінкових моделей, які в щонайбільшій мірі відповідають потребам суспільства на певному етапі його розвитку; інноваційну – розкриття креативних можливостей описуваного соціокультурного механізму, вироблення нових типів інноваційної поведінки на основі зразків інноваційної діяльності, які виникли всередині самої культури або були щеплені ззовні [6].

Розглядаючи інноваційну культуру як перспективний метод управління, її можна охарактеризувати як самодостатній і здатний до саморегуляції соціально-психологічний механізм, який впливає на стиль керівництва та інноваційну модель поведінки на кожному етапі інноваційного процесу. Роль інноваційної культури у інноваційному розвитку підприємства полягає в організації, оптимізації, раціоналізації, контролі, регулюванні і стимулюванні взаємодії усіх елементів інноваційної системи підприємства. Мета формування культури інновацій полягає у реалізації ефективних інновацій в якісному вимірі, удосконаленні механізму активізації необхідних потенціалів в інноваційному процесі [5, с. 80].

Слід зазначити, що впровадження певних правил та норм, які сприяють формуванню єдності цілей власників, менеджерів і трудового колективу суб'єкта господарювання, значно підвищує конкурентоспроможність і ефективність його діяльності, дає змогу досягати високих результатів. Розуміти і сприймати ці норми та правила повинна переважна більшість працівників (в ідеалі – усі). Це є свідченням високого рівня корпоративної культури підприємства чи установи.

Формування інноваційної культури організації нерозривно пов'язане зі створенням сприятливих умов для розвитку креативного потенціалу її персоналу. Однією з головних передумов цього є формування певних позитивних морально-етичних устоїв, які сприймаються переважною більшістю колективу [8, с. 233].

Узагальнення практики інноваційної діяльності дало змогу виділити основні принципи формування інноваційної культури: чітке формулювання цілей інноваційної діяльності та їхня зрозумілість; усвідомлення пріоритетності цілей; націленість на результат; співробітництво членів проектної команди; вільний обмін ідеями та інформацією між членами команди інноваційного проекту; толерантне сприйняття керівництвом і членами команди ідей, висловлених іншими співробітниками; толерантне сприйняття можливих помилок і невдач; делегування повноважень членам команди; участь кожного члена команди у процесі досягнення цілей інноваційного проекту, усвідомлення своєї значущості; свобода творчості й висловлювань; заохочення ініціативи і творчого пошуку співробітників; заохочення до розвитку і набуття нових знань і навичок; недопустимість нав'язування ідей керівника інноваційного проекту членам команди; захист прав кожного члена команди на інноваційні рішення.

Дотримання зазначених принципів створює передумови формування сприятливої інноваційної культури, яка є основою сприятливого інноваційного середовища, пробуджує енергію, ініціативу, творчий пошук працівників, орієнтує їх на досягнення результатів, що є недосяжними за звичайних умов.

Практика інноваційної діяльності свідчить, що сприятлива інноваційна культура дозволяє подолати бар'єри на шляху активізації творчої діяльності колективу інноваційної організації (команди інноваційного проекту).

Загалом сприятлива інноваційна культура дозволяє збільшити інтелектуальний капітал організації, повніше реалізувати потенціал інноваційного розвитку. Аналіз стану інноваційної культури, розроблення на цій основі заходів щодо її розвитку є одним із головних завдань інноваційної організації, вирішення якого забезпечує умови її стійкого прогресивного розвитку.

При аналізі поняття інноваційної культури виділяють наступні завдання інноваційної культури в системі інновації діяльності підприємства: виявлення творчих сил і здібностей, талантів, розвиток і реалізація креативного потенціалу підприємства; оптимізація кадрового, виробничого, фінансового, науково-технічного потенціалів для здійснення інноваційного процесу та існування інноваційної системи; стимулювання інтелектуальної та творчої активності за досягнення певних цілей завдяки використанню інноваційних ідей; активізація та оптимізація інноваційних процесів на підприємстві; формування і впровадження інноваційних стратегій розвитку підприємства; застосування демократичного стилю управління [7, с. 175].

Формування інноваційної культури пов'язане з розвитком творчих здібностей і реалізацією креативного потенціалу самої людини - її суб'єкта. Інноваційна культура віддзеркалює цілісну орієнтацію людини, закріплену в мотивах, знаннях, вміннях і навичках, а також в образах і нормах поведінки. Формування інноваційної культури ґрунтується на системі цінностей організації, які представляють собою ряд ідей, часто неписаних, які обґрунтовують цілі і сенс роботи організації.

Аналізуючи процес впровадження та формування інноваційної культури, доцільно виділити, що на нього впливають різноманітні чинники як зовнішні, так і внутрішні. До того ж необхідно враховувати безліч різноманітних факторів, щоб ефективно сприяти інноваційному розвитку, діяльності та активності персоналу, підтриманню сприятливого клімату в організації. Саме тому, інноваційна культура спонукає підприємства до вибору простих, чітких цілей та розвиває прагнення всього персоналу до інноваційного розвитку.

**Висновки з проведеного дослідження.** Отже, можна зробити висновок, що рівень інноваційної культури підприємства детермінується ефективністю його систем управління такими процесами: формування і використання інтелектуального потенціалу його персоналу; максимізації і мінімізації, відповідно, позитивних і негативних впливів зовнішнього середовища на діяльність підприємства та основні фактори формування його інноваційної культури.

При цьому, сам рівень інноваційної культури суб'єкта господарювання виступає одночасно і передумовою формування сприятливого інноваційного мікроклімату, і одним з основних його факторів.

#### Бібліографічний список

1. Биконя С. Інноваційна культура – умова реалізації інноваційної політики / С. Биконя // Персонал. – 2006. – № 4 [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://personal.in.ua/article.php?ida=266> .
2. Єгоров І. «Стратегія запозичень» і розвиток України / І. Єгоров, В. Попович, В. Соловйов // Вісник НАН України. – 2008. - № 5 [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://nbuv.interstrada.net/portal/All/herald/last/1.htm>.
3. Жовнір Н. М. Управління організаційною та інноваційною культурою в системі регіонального розвитку / Н. М. Жовнір // Економіка і регіон. – 2006. - № 1(2). – С. 45-47.
4. Николаев А. Инновационное развитие и инновационная культура / А. Николаев // Проблемы теории и практики управления. – 2011. - № 5 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://masters.donntu.edu.ua/2004/fem/kladchenko/library/index8.htm>.
5. Носков В. Соціально-психологічні детермінанти інноваційної культури в гуманітарному ВНЗ / В. Носков, А. Кальянов, О. Єфросініна // Соціальна психологія. – 2009. - № 4 (12). – С. 69-83.
6. Холодкова Л. А. Инновационная культура субъектов профессионального образования: концепция, условия формирования / Л. А. Холодкова // Инновации. – 2010. - № 7 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://www.itportal.ru/doc\\_form](http://www.itportal.ru/doc_form).
7. Хомяков В.І. Менеджмент підприємства : [навчальний посібник] / В. І. Хомяков. – К. : Кондор, 2005. – 317 с.
8. Черваньов Д. М. Менеджмент інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств України : [підручник] / Д. М. Черваньов, Л. І. Рейкова. – К. : Знання: КОО, 2007. – 450 с.

#### Анотація

*Розглянуто еволюцію формування поняття, значення і сутності інноваційної культури. Визначено основні передумови, економічні пріоритети і концептуальні аспекти, які спонукають підприємства започатковувати інноваційну культуру. Проаналізовано процес впровадження інноваційної культури, на який впливають різноманітні чинники як зовнішні, так і внутрішні. Враховані різноманітні фактори, що ефективно сприяють інноваційному розвитку, діяльності та активності персоналу, підтриманню сприятливого клімату в організації. Удосконалено понятійний апарат інноваційної культури як соціально-економічної категорії, визначено її основні завдання та функції.*

**Ключові слова:** інноваційна культура, інноваційний потенціал, інноваційна діяльність, інноватика, корпоративна культура, управлінський прибуток.

**Аннотация**

Рассмотрена эволюция формирования понятия, значение и сущности инновационной культуры. Определены основные предпосылки, экономические приоритеты и концептуальные аспекты, побуждающие предприятия внедрять инновационную культуру. Проанализирован процесс внедрения инновационной культуры, на который влияют различные факторы как внешние, так и внутренние. Учтены различные факторы, которые эффективно способствуют инновационному развитию, деятельности и активности персонала, поддержанию благоприятного климата в организации. Усовершенствован понятийный аппарат инновационной культуры как социально-экономической категории, определены ее основные задачи и функции.

**Ключевые слова:** инновационная культура, инновационный потенциал, инновационная деятельность, инноватика, корпоративная культура, управленческая прибыль.

**Annotation**

Shaping the evolution of the concept, value and essence of innovation culture. The basic premise, economic and conceptual aspects that encourage companies to implement innovative culture. Analysed process of introduction of innovative culture on which various factors influence both external and internal. Various factors, which effectively assist innovative development, activity and activity of personnel, to maintenance of favourable climate, in organization, are taken into account. Improved conceptual device innovation culture as a social-economic category, its principal objectives and functions.

**Key words:** innovation culture, innovation potential, innovation, culture of company, management profit.

УДК 339.166.5

**Бабій П.С.,  
к.е.н., викладач кафедри економіки підприємств і корпорацій,  
Тернопільський національний економічний університет**

## ОЦІНКА ТА УПРАВЛІННЯ ВАРТІСТЮ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ АКТИВІВ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ

**Постановка проблеми.** На сучасному етапі розвитку вітчизняної економіки відбувається зниження ролі матеріальних факторів виробництва та підвищення нематеріальних у процесі створення вартості суб'єкта господарювання, визначення його конкурентоздатності й частки на ринку. Сьогодні дослідження даної тематики є актуальним, бо виникає потреба в ідентифікації інтелектуальних активів суб'єкта господарювання (ІАСГ) із врахуванням ринкових (іміджу компанії, зв'язку із клієнтами та партнерами) і виділенням організаційних активів (бізнес-процесів) для адаптації інструментів з оцінки та формування підходу до управління вартістю ІА на українських підприємствах.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Цим питанням присвячена значна кількість праць вітчизняних та зарубіжних дослідників: В. Петренка, А. Козирєва, П. Цибульова, В. Зінова, Л. Баруха, Р. Каплана, Д. Нортон, Т. Стюарта [7-14]. Із вказаних, низка науковців-економістів розглядають управління вартістю ІАСГ в контексті управління вартістю будь-якого активу підприємства. Для інтелектуальних активів доцільно удосконалити існуючі методи та інструменти управління вартістю.

**Постановка завдання.** Метою статті є формування системного підходу до управління вартістю ІАСГ за допомогою методів та інструментів, що враховують особливості економіки України.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Нині в науковій літературі не існує єдиного трактування поняття інтелектуальних активів. Автором пропонується таке визначення, котре слід розуміти як низку раціонально-використовуваних інформаційних, інтелектуальних і розумових ресурсів, що взаємодіють у внутрішньому та зовнішньому середовищі суб'єкта господарювання для створення унікальних конкурентних переваг з метою отримання надприбутку. До цих активів належать ті, що вдалось виявити, описати та віднести на баланс підприємства. Враховуючи вищезазначене і [5], на рис.1. зобразимо схему формування вартості суб'єктів господарювання.

Проаналізувавши рис.1, виділимо два етапи класифікації інтелектуальних активів: внутрішні, що включають структурний та людський капітал (формуються та акумулюються у внутрішньому середовищі – технології, ноу-хау, організаційна культура, рівень кваліфікації, лояльність, інтелектуальний кадровий потенціал) та зовнішні, у які входить споживчий капітал (імідж, репутація торгової марки). Враховуючи специфіку вітчизняних суб'єктів господарювання, можна провести розподіл їх кадрового складу на такі групи: адміністративний апарат, виробничий персонал, працівники науково-дослідного сектору, допоміжні робітники.