

**Д. е. н. Гринько Т. В., Клименко А. О.**

*Дніпровський національний університет ім. Олеся Гончара (Україна)*

## **ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ СТИМУЛЮВАННЯ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ В КУЛЬТУРНОМУ СЕРЕДОВИЩІ ПІДПРИЄМСТВА**

Для багатьох вітчизняних підприємств актуальною проблемою сьогодення є необхідність розробки та виведення нових продуктів і послуг на ринок. Для інших підприємств впровадження інноваційної стратегії означає, використання інноваційна використання своїх ресурсів більш ефективно та економічно. Багато організації, однак, не втілюють у собі культуру, яка дійсно стимулює та підтримує впровадження інновацій. Інновації лежать в основі стратегії зростання більшості європейських компаній. Серед них підвищення якості обслуговування клієнтів, виробництво нових продуктів і послуг та підвищення ефективності операцій, кожна з яких вимагають радикальних інновацій.

Щоб досягти підвищення якості обслуговування клієнтів, продуктів і послуг та ефективності діяльності, підприємствам необхідно задіяти творчий потенціал та інноваційний потенціал своїх співробітників. Співробітники часто бачать які інновації необхідні, але вони не знають, як зробити щоб їх ідеї підтримали та впровадили. Ця проблема демотивує співробітників реалізовувати їх ідеї, що можуть допомогти організаціям швидше розвиватися і реалізовувати нові продукти, послуги та бізнес-процеси.[4]

Два головних фактора, що стимулюють впровадження інновацій – це якість контролю на підприємстві та ступінь надання повноважень робітникам. Важливість керівництва та розширення можливостей можна легко спостерігати, коли розглядається шлях, який ідея перетворюється в успішну інновацію.

Під якістю контролю на підприємстві розуміється система заходів, що буде забезпечувати можливість для робітників донесення свої ідеї до керівництва. Більшість ідей починаються з особистості, а потім розповсюджується до невеликої групи людей. Для того щоб ідея розвивалася, вона потребує підтримки з боку організації. Для більшості співробітників першим контактом з організаторським інноваційним процесом є його перший керівник або менеджер. Відповідь,

з якою стикається працівник, будь то позитивний чи негативний, відображає організаційне ставлення до інновацій керівника. Відповідь працівнику, будь то позитивний чи негативний, також відображає ставлення організації до інновацій [3].

Розширення свободи та заохочення висловлювати свої ідеї – культура розширення можливостей та постійного вдосконалення говорить працівникам, що інновації є частиною стратегії організації та що працівники мають важливу роль. Якщо працівники не відчують себе уповноваженими, вони припиняють сприяти своїм ідеям і не хочуть спробувати нові і кращі способи здійснення своєї роботи. Організації, які прагнуть зосередити увагу на інноваціях, щоб стимулювати їх майбутнє зростання, необхідно забезпечити середовище, яке підтримує інновації, ґрунтується на всіх необхідних рівнях та функціях всередині організації. Але занадто часто організації не знають, з чого почати, щоб створити середовище, процеси, структури та програми, необхідні для успішного та стійкого зростання через інновації [1].

До елементів, що мають вирішальне значення та складають модель інноваційної культури відносяться:

Організація. Як організація підтримує інновації через своїх лідерів, менеджерів, операційних процедур, схем визнання та винагороди та інше?

Навколишнє середовище. Чи робоче середовище сприяє інноваційному мисленню? Чи існують, наприклад, спільні простори або можливості для мозкового штурму та створення ідеї?

Бізнес/ринок. Як ваша інноваційна культура повинна бути адаптована для реагування на ринок, у якому ви працюєте? Це висока конкурентоспроможність? Який товарообіг? Чи є ринок зрілим, формується, скорочується, зростає, розширюється і так далі?

Показники. Як організація оцінює успішні інновації? Як вимірюється вартість інновацій?

Покупці. Чи клієнти є внутрішніми чи зовнішніми? Що робить організація, щоб зрозуміти бажання та потреби своїх клієнтів? Чи є його інноваційна стратегія побудована навколо продукту чи сервісу?

Процес. Якими механізмами організація повинна підтримувати та розвивати ідеї, комерціалізувати або реалізовувати їх? Як розподіляються та відстежуються ресурси? Як оцінюються ідеї? [2]

Справжні інноваційні організації розробили чітке уявлення про те, як вони працюють у кожній із цих шести областей. Вони також встановлюють комунікації та механізми, необхідні окремим особам та командам, щоб бути успішними новаторами.

Правильна культура має важливе значення для успішних інновацій. Краща інноваційна стратегія може вийти з ладу, якщо культура не є злагодженою.

Найкращим способом вимірювання готовності процесів організації, культури та підтримки до інновацій є запит думок тих людей, які найкращим чином розуміють компанію з середини: співробітники. [5]

Щоб допомогти підприємствам ідентифікувати, зрозуміти та подолати культурні бар'єри для успіху, розробляється опитування стосовно інноваційних питань. Великий набір питань оцінює готовність організації до інновацій, розглядаючи кожен сферу моделі культури та надаючи організація розуміння, які аспекти потрібно змінити, щоб досягти сприяння успішного зростання через інноваційну стратегію.

#### Список використаних джерел:

1. Гончарук А. Г. Формування механізму управління ефективністю підприємства (на прикладі харчової промисловості) : автореф. дис. д-ра екон. наук: 08.00.04 / А. Г. Гончарук ; Ін-т пробл. ринку та екон.-еколог. дослідж. НАН України. – О., 2010. – 37 с.
2. Захарченко В. И. Экономический механизм нововведений / В. И. Захарченко ; под. ред И. П. Продиуса. – О. : АОЗТ «ИРЭНиТ», 2011. – 198 с.
3. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : підруч. / З. Є. Шершньова. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : КНЕУ, 2004. – 699 с.
4. Grynko T. V. Conceptual approaches to formation of organizational culture of tourist enterprise: gender aspect / T. V. Grynko, O.P. Krups'kyu // Problems of employment and labor relations in terms of economic instability : Collective monograph. – Canada, Montreal : Publishing house «BREEZE», 2015. – P. 43–62.
5. Гринько Т. В. Использование адаптивного подхода к управлению инновационным развитием промышленных предприятий Украины / Т.В. Гринько //Актуальные вопросы экономических наук: Сборник материалов XXIX Международной научно-практической конференции: в 2-х частях Новосибирск: ООО агентство «СИБПРИНТ», 2013. – С. 105–109.