

управління активами та пасивами, управління власними коштами та управління ризиками.

Для вибору вірної стратегії конкретними банківськими установами необхідно розробити комплексний механізм оцінки конкурентоспроможності банків з урахуванням специфіки банківської діяльності та пристосованістю до ринкових умов. Конкурентоспроможність у банківській сфері має визначатися сукупністю показників, які враховують ринкові позиції банку. Серед цих показників особливе значення мають ті, які характеризують обсяги наданих кредитів та залучених депозитів. Отримані оцінки конкурентоспроможності сприятимуть вдосконаленню системи стратегічного фінансового управління.

Рекомендується, щоб процес стратегічного фінансового управління у банку був сфокусований на питаннях впровадження розробленої фінансової стратегії у життя. При цьому банк має використовувати одну з доступних систем збалансованих показників ефективності, яка ставить за мету поєднання фінансових показників з відповідними не фінансовими показниками і спрямована на забезпечення безпосередньої реалізації фінансової стратегії.

Список літератури: 1. Синки Дж. Управление финансами в коммерческих банках: Пер. с англ. /Под ред. Р. Я. Левиты, Б. С. Пинскера. 4-е изд. - М.: Catallaxy, 1994.

А.А. ПАЛИЕНКО, магістрант, г.Харьков. НТУ «ХПИ».

РОЛЬ ИННОВАЦИОННОЙ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Корпоративная культура не только отличает одну организацию от другой, но и предопределяет успех ее функционирования и выживания. Она порождает у людей чувство уверенности, гордости за свою компанию. Успех современной организации в какой-либо сфере достигается с помощью определенной инновационной корпоративной культуры. Её отсутствие может серьезно препятствовать продвижению инновационных идей и, как следствие, реализации этих инноваций.

Состояние инновационной корпоративной культуры зависит в первую очередь от управленца, авторитета организации. Современные руководители и управляющие рассматривают культуру своей организации как мощный стратегический инструмент, позволяющий ориентировать все подразделения и отдельных лиц на общие цели, мобилизовать инициативу сотрудников и облегчать продуктивное общение между ними. Таким образом, необходимым является повышение эффективности производственного менеджмента и, как следствие, улучшение деятельности предприятия в целом.

Корпоративная культура — совокупность моделей поведения, которые приобретены организацией в процессе адаптации к внешней среде и внутренней интеграции, показавшие свою эффективность и разделяемые большинством членов организации. Корпоративная культура предприятия может быть либо консервативной, либо инновационной, т.е. либо благоприятствовать внедрению инноваций, либо отвергать их. Инновационную культуру следует понимать как совокупность знаний, умений и компетенций, используемых и приобретаемых в процессе всестороннего освоения и производства новшеств. Трансформация корпоративной культуры в культуру инновационную происходит путем формирования и достижения целевой установки создания, освоения и продвижения инноваций. Инновационная корпоративная культура позволяет не просто быстро адаптироваться к изменениям внутренней и внешней среды, но и получать положительный эффект от этих изменений.

Если предприятие имеет четко сформулированную инновационную стратегию и неукоснительно соблюдает её, менеджеры могут скорректировать ситуацию, причём так, чтобы она стала выигрышной для большинства работников. Корпоративная культура инновационной организации должна ориентировать персонал на более быстрое принятие инноваций, а инженерно-технических работников – на генерацию идей.

О высоком уровне инновационной культуры на предприятии нужно заботиться постоянно, но особенно в преддверии крупных изменений (например, корректировка организационной структуры, запуск новой продукции), иначе эти изменения не будут успешны. Для того чтобы привить

сотрудникам желание разрабатывать инновации, руководителям компаний необходимо следующее:

- терпимо относиться к неудачам своих подчиненных;
- уметь закрывать глаза на то, каким образом люди трудятся над своими проектами;
- уметь быть доступными для сотрудников;
- не поддаваться желанию автоматически говорить «нет»;
- подкреплять свои обещания необходимыми ресурсами;
- говорить сотрудникам компании о роли и важности инноваций;
- обеспечивать достойное вознаграждение в случае успеха.

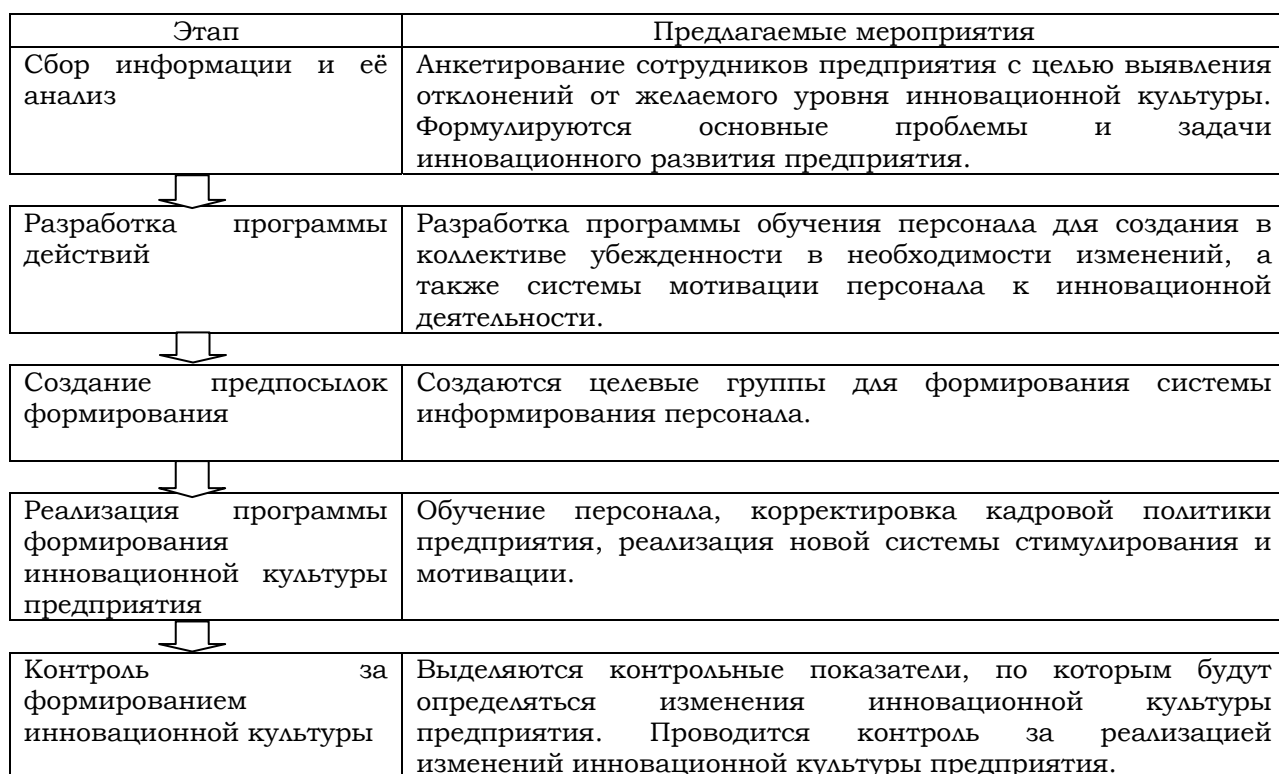


Рис. 1. Программа развития инновационной культуры предприятия

Преобразование корпоративной культуры в инновационную должно проходить несколько этапов (Рис.1). Такая последовательная система мер будет способствовать не только благоприятному климату в коллективе, но и генерации от сотрудников инновационных идей, что крайне важно в условиях рыночной экономики.

Таким образом, культуру инноваций должно поддерживать высшее руководство компании. Его задачей является поощрение разработки новых продуктов и других неординарных

проектов. При отсутствии такой поддержки попытки разработать товары с применением новых технологий обречены на неудачи. Следовательно, повышение инновационной культуры на предприятии будет способствовать мотивации работников к инновационной деятельности.

Ю.И. ИГНАТЬЕВА, магистр, г. Харьков, НТУ «ХПИ»

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СТРУКТУРНЫХ ПОДРАЗДЕЛЕНИЙ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ФАКТОР ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЕЕ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА

Кадровый инновационный потенциал организации - это мера способности и готовности персонала и руководства организации осуществлять инновационную деятельность в рамках данной организации. Современные методы развития кадрового потенциала организации основаны на активном использовании возможностей рынка труда, формировании кадровой политики, а также на совершенствовании механизмов инновационного развития технологий управления персоналом. При этом методы инновационного формирования кадрового потенциала организации базируются на принципах нормативно-правового регулирования и разработке стандартов управления кадрами. Это позволяет провести анализ внутриорганизационной структуры и перспектив совершенствования данного направления деятельности на основе взаимодействия отделов PR (Public Relations – связей с общественностью) и HR (Human Resources – человеческих ресурсов) организации, эффективно планировать условия его применения и активно развивать инфраструктуру управления кадровыми ресурсами.

По-сути, организацию взаимодействия PR и HR отделов с целью совершенствования инновационного развития исследуемого нами потенциала компании можно считать своеобразной инновацией, способствующей повышению рациональности использования кадровых ресурсов. Каждый отдел занимает важное место в структуре организации и по-