

*С. Б. Єгоричева, канд. екон. наук, доц.,
Полтавський університет економіки і торгівлі*

ПОНЯТТЯ ТА СКЛАДОВІ ІННОВАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ

Реалізація банками стратегій інноваційної діяльності відбувається у межах їх певного внутрішнього середовища, яке може бути більш або менш сприятливим для впровадження нововведень. Тому формування належного рівня інноваційної культури слід вважати неодмінною умовою забезпечення ефективного втілення інноваційної стратегії.

Інноваційна культура на рівні організації є складовою корпоративної культури, отже, її можна охарактеризувати як сукупність цінностей, традицій, норм та стереотипів поведінки (ментальних моделей) у сфері інноваційної діяльності, на які орієнтуються співробітники при виконанні своїх професійних обов'язків. Саме інноваційна культура визначає міру сприйняття працівниками нових ідей, їх готовність та здатність підтримувати та впроваджувати нововведення за всіма напрямками діяльності банку. Доцільно визначити такі її функції у процесі реалізації стратегії інноваційної діяльності: рефлексивна, яка полягає в оперативному й конструктивному реагуванні на проблеми, що виникають у процесі розробки та впровадження різноманітних інновацій; регулятивна, що означає формування стійкої традиції постійної інноваційності, активної участі працівників у нововведеннях як соціальної норми; трансляційна, яка передбачає передачу новим членам колективу установок на ступінь участі в інноваційної діяльності; селективна, що полягає у відборі до колективу тих людей, чия система цінностей відповідає вже сформованій у банку.

Інноваційна культура, на відміну від загальної корпоративної, не може бути сформована незалежно від управлінських впливів, вона є результатом свідомих дій керівництва банку. Але для їх здійснення само керівництво повинно відрізнитися високим рівнем особистої інноваційної культури, мати бажання та вміння сформувати її у колективі. З іншого боку, носіями інноваційної культури комерційного банку є всі його працівники, тому основою її створення є формування кадрового потенціалу нового типу, що включає не тільки загальний рівень освіти працівників, набутий досвід роботи, а й якісно нові характеристики – спроможність до самостійної творчості, налагодження плідних комунікацій, спільної роботи, відкритість, позитивне сприйняття стороннього досвіду.

В аспекті становлення інноваційної культури система мотивації персоналу банку повинна включати не лише матеріальні стимули, а й враховувати інші суттєві фактори, що впливають на його інноваційну поведінку: інформаційна прозорість, організаційна та психологічна комфортність, забезпечення мобільності та розвитку, формування переконання у невідворотності змін та ін.

Кваліфіковані, творчо налаштовані працівники стають джерелом створення певної сукупності нестандартних ідей, які використовуються при формуванні та реалізації стратегій інноваційної діяльності. Втім, в умовах слабкої інноваційної культури навіть ідеї, що з'явилися, можуть не бути враховані внаслідок відсутності відповідних систем та каналів передачі цієї інформації. Останнім часом банки, зокрема і в країнах з ринками, що розвиваються, почали приділяти особливу увагу створенню таких механізмів. Так, широко відомим у світі став досвід турецького банку "ТЕВ", котрий у 2007 р. створив спеціальний інтернет-портал "Іскра", до якого протягом двох років звернулося більш ніж вісімдесят відсотків працівників, які запропонували майже 27 тис. інноваційних ідей. У 2009 р. у ВАТ "Сбербанк Росии" почала діяти аналогічна інформаційна система "Біржа ідей".

Утім, функціонування цих систем акумуляції ідей, а також злагоджена та ефективна робота в інноваційному процесі банку неможливі без існування інноваційних комунікацій, які можна вважати інфраструктурою підтримки інноваційної культури банку.