

ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ БАНКІВ

Кривич Я.Н.,

Української академії банківської справи Національного банку України

При розгляді зазначеного питання, всі фактори нами було розділено на три основні групи: фактори внутрішнього середовища банку, фактори ринкового середовища (мікросередовище) та фактори глобального середовища (макросередовище). При цьому слід зауважити, що сукупність факторів впливу на формування інноваційного потенціалу банку може видозмінюватися в залежності від діяльності конкретної кредитної установи.

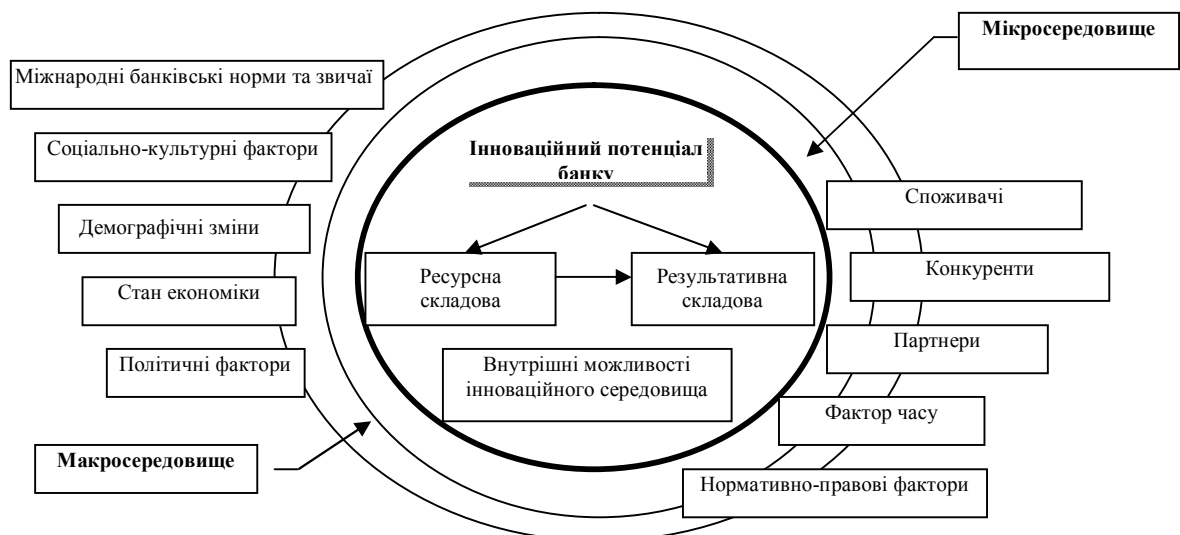


Рис. 1 Фактори формування інноваційного потенціалу банківської установи

Як бачимо, сам по собі банк є конкретним середовищем, у якому здійснюється інноваційний процес від народження ідеї до її реалізації. У процесі відбору ідей і проектів виявляється певна взаємозалежність між банком як суб'єктом реалізації нововведення та характером нововведень. Самі по собі нововведення часто потребують, з одного боку, гнучкої корпоративної політики, децентралізації і мобільності організаційних структур, з іншого – взаємодії всіх підрозділів, що працюють над оновленнями.

Необхідно звернути увагу на той факт, що всі чинники, які створюють умови для впровадження інновацій, розглядаються у взаємодії, а інновація має

бути інтегрованою в систему банківської установи або діяльність функціональних підрозділів банківську має бути адаптованою до нововведення.

Внутрішні можливості інноваційного середовища, у якому перебуває банк, можна охарактеризувати через процеси створення і запровадження нового продукту. Забезпечення взаємозв'язку новатора, як з наукою, яка надає прогресивні ідеї, так і з зовнішнім середовищем (ринком), що сприймає готовий продукт, а також методи та способи управління інноваційним процесом. До можливостей інноваційного потенціалу можна віднести: кількість та якість наявних у його розпорядженні ресурсів (матеріальних, технічних, кадрових і т.д.); здатність менеджменту оптимально використовувати ці ресурси; інноваційні можливості кредитної установи («інноваційна мобільність»), тобто наскільки швидко вона може зреагувати на зміни, запровадити новий продукт чи використати сучасні методи управління. Слід зазначити, що внутрішнє середовище кредитної установи – це не частина оточення, проте, це елемент, який постійно взаємодіє з іншими складовими, постійно підлягає їх впливу і включає в себе той інноваційний потенціал, яким володіє кредитна установа у своїй інноваційній діяльності.

Зовнішнє середовище банку – це сукупність елементів, які існують поза межею функціонування банку та здійснюють (або потенційно здатні здійснювати) вплив на його діяльність.

Зовнішнє середовище поділяється на два глобальні сектори:

- внутрішнє ринкове середовище (мікросередовище), яке включає в себе елементи з якими банк безпосередньо взаємодіє в межах своєї діяльності: клієнти, партнери, конкуренти;
- глобальне ринкове середовище (макросередовище), яке включає в себе ті фактори, які можуть і не здійснювати прямого впливу на щоденні операції банку, проте вони впливають опосередковано: економіка, соціальна сфера, політика і т.д.