

Проблемы инновационного развития российских банков

Замолдинов Даниил Равильевич

аспирант

Тольяттинская Академия Управления, г. Тольятти, Россия

E-mail: danial@mail.ru

Организация инновационного процесса в банке – это один из способов достижения конкурентного преимущества. Вступление России в ВТО и открытие банковского сектора для иностранного капитала негативно отразится на конкурентоспособности российских банков. Дороговизна ресурсов, отсутствие современных технологий и культуры обслуживания не позволят российским банкам на равных конкурировать с западными финансовыми институтами. Не менее важным фактором является отсутствие инновационных финансовых продуктов. Как и во многих других отраслях российской экономики, наиболее используемым способом запуска нового продукта является копирование и адаптация: создание продуктов, аналогичным уже используемым в западных странах[1].

В ситуации недостаточной конкурентоспособности банк может рассматривать два возможных сценария дальнейших действий. Первый – т.н. «рекомбинантный» - подразумевает улучшение существующих методов и процессов организации и управления, применяя комбинацию ресурсов и факторов производства, без принципиально качественного их улучшения. Второй сценарий – инновационный – применяя радикально новые технологии и продукты. Выбор между этими сценариями происходит на основе факторов стоимости и потенциальной возможности реализации того или иного решения (наличия необходимых технических средств и технологий)[2].

С другой стороны важным фактором создания инновационных банковских продуктов является спрос на них среди потребителей банковских услуг, а рынок банковских услуг очень консервативен: спросом пользуется достаточно ограниченный перечень финансовых услуг с минимальными отличиями предложений между конкурирующими банками.

Таким образом, наиболее выгодной областью для инноваций в банке при сложившемся консервативном рынке финансовых услуг является улучшение внутренних процессов, подготовка внутренней структуры к изменениям – обеспечение структурной мобильности.

Структурная мобильность – способность к реорганизации структуры и бизнес-процессов в зависимости от изменения внешней или внутренней ситуации (пересмотр целей, стратегии, политики, формирование или изменение корпоративной культуры). Это необходимо для того, чтобы снизить затраты на внедрение и совершенствование новых технологий. Сегодня эти затраты по-прежнему остаются очень высокими[3].

Результатом повышения структурной мобильности кредитной организации будет снижение затрат – как материальных, так и организационных – на внедрение инновационных продуктов, предоставления нестандартных банковских услуг, наиболее полно удовлетворяющих потребности каждого клиента.

Литература

1. Тавасиев А.М., Ребельский Н.М. (2001) Конкуренция в банковском секторе России. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001.
2. Серая О.А. (2006) Создание уникального спроса как фактор инновационного развития // Информационная экономика и концепции современного менеджмента: Материалы Первых Друкеровских чтений / Под ред. Р.М. Нижегородцева, с. 6-14;
3. Смагин Роман (2001) Инновации в банках. Нужна активизация // Банковское дело в Москве №10(82);