

УДК 336.7

М.В. Каширина*

ИННОВАЦИИ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ

В статье обосновано положение о том, что инновационные технологии являются основой для глобализации финансовой сферы. Показано, что в современных условиях существенное конкурентное преимущество получают те кредитные организации, которые способны разрабатывать и внедрять новые технологии, модернизировать продуктовый ряд, разрабатывать альтернативные каналы обслуживания клиентов, то есть осуществлять инновационный процесс.

Ключевые слова: инновации, финансовая система, кредитная организация, банковский бизнес, банковские продукты.

Инновации сегодня считаются не просто одним из явлений, определяющих экономический рост, развитие и структурные сдвиги [7]. Инновации стали неотъемлемой частью современного развития во всех секторах экономики, в том числе и в банковской сфере.

Сегодня можно сказать, что среда, в которой работают российские кредитные организации, за последний год действительно изменилась. Тем не менее, накопленный в разных сложных ситуациях опыт показывает, что доминирующее влияние на темпы развития банковского бизнеса и банковских операций оказывают не внешние факторы, а внутренняя экономика.

Сегодня российский рынок банковских услуг характеризуется возросшей конкуренцией. Коммерческие банки стремятся переманить друг у друга клиентов, приносящих наибольшую прибыль, предлагая различные виды кредитных продуктов. В такой ситуации необходимо перестраивать технологии обслуживания клиентов [1, с. 90]. Совершенствование банковского сектора прочно связано с внедрением банковских инноваций.

Понятие «инновация» имеет множество значений. Согласно Федеральному закону № 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике» инновации – это введенный в употребление новый или значительно улучшенный продукт (товар, услуга) или процесс, новый метод продаж или новый организационный метод в деловой практике, организации рабочих мест или во внешних связях [8]. В законодательстве РФ не существует такого понятия как «банковские инновации». Однако в литературе можно встретить следующее определение: «банковская инновация – это реализованный в форме нового банковского продукта или операции конечный результат инновационной деятельности банка» [11, с. 194]. Таким образом, можно трактовать банковскую инновацию как результат, представляющий собой внедрение нововведения в деятельность банка, который удовлетворяет потребности потребителей и повышает эффективность работы банка.

Инновации банковского сектора есть результат инновационной деятельности непосредственно банка как ярко выраженная совокупность принципиально новых предоставляемых банковских продуктов и услуг.

* © Каширина М.В., 2016

Каширина Марианна Валерьевна (mvkvv@yandex.ru), кафедра экономики инноваций, Самарский университет, 443086, Российская Федерация, г. Самара, Московское шоссе, 34.

Быстрое развитие информационных технологий, в частности развитие инновационного направления банковского сектора, позволило глобализации с успехом выйти за границы ранее сформированной структуры финансовых конгломератов, прийти в розничные рынки [6, с. 173].

Банки, высоко позиционирующие себя на мировом уровне, перешли на предоставление онлайн-услуг в любой части мира, уходя от дорогостоящего процесса создания сети розничных отделений. В настоящее время завершается передел рынка электронных услуг и коммуникаций за счет конгломерации союзов крупных банков с телекоммуникационными компаниями. Возникновение виртуальных банков и продвижение оплат посредством электронных денег в сети Интернет способствовало развитию небанковских финансовых учреждений с традиционными активно-пассивными операциями для населения (кредиты/депозиты). Виртуальный банк как финансовая организация представляет собой инновационную организацию. Инвестирование средств на создание виртуального банка является рисковым.

Инновации в банковском бизнесе нацелены на разработку и внедрение продуктов и услуг с большей прибылью, чем у существующих продуктов и услуг на рынке. Линейка банковских продуктов и услуг может и должна постоянно развиваться, удовлетворяя как можно полнее потребности клиентов, развивая банковский бизнес на основе создания и типизации продуктовых, технологических, организационных и коммуникационных инноваций.

Однако необходимо отметить, что в банковской сфере создать эксклюзивный продукт или услугу довольно сложно, и в связи с этим происходит заимствование инноваций из параллельных сфер либо модернизация существующих [4, с. 5].

Банки сталкиваются с проблемой невозможности запатентовать внедренную инновацию – только созданную торговую марку. В связи с этим инновационные продукты и услуги кредитной организации дублируются конкурентами, после чего они уже не являются инновационными и уникальными.

Рынок банковских инноваций отражает многоуровневые экономические связи субъектов, задействованных в создании и продвижении инновационных банковских продуктов и услуг с использованием венчурного капитала банка либо привлеченных инвестиционных компаний.

Инновации вносят в деятельность банков перестройку ключевых бизнес-процессов, состоящих из внешней части взаимодействия с клиентами, и внутренней части, которая заключается в изменении самих банковских процессов учета и контроля. Ориентиром служит критерий удовлетворенности клиента, показателями являются время и качество реализации процесса обслуживания.

Одна из важных черт использования банковской инновации состоит в мультипликации доходов после глубокого внедрения. Ресурсы банка, направленные на создание банковских инноваций и их внедрение, в целях получения прибыли являются собой не что иное, как совокупный инновационный капитал.

Инновационный капитал банка – это совокупные средства и ресурсы, задействованные или потенциально готовые к применению для проведения инновационной деятельности:

- инновационные банковские и экономические технологии;
- инновационные услуги, продукты и методы;
- институциональные формы и новаторские организационные структуры в области банковской деятельности.

Инновационный капитал расширяет горизонты модернизированных и новых технологий, повышая конкурентоспособность банковских услуг. Инновационный капитал коммерческих банков должен использоваться непрерывно для постоянного разви-

тия и внедрения в банковские технологии с ориентацией на международные стандарты предоставляемых банковских услуг [2, с. 139].

На данный момент одной из ведущих банковских технологий в банковской сфере является дистанционное банковское обслуживание. Следовательно, изучение проблем и перспектив развития дистанционного банковского обслуживания является актуальным.

Развитие дистанционного банковского обслуживания в банковской деятельности обусловлено, в первую очередь, изменениями в образе жизни людей. Большинству россиян, проживающих в крупных городах, присущ быстрый темп жизни. Чередование в жизни разных дел и событий с трудом позволяет совершать долгие расчетные операции. Неудивительно, что внедрение новых информационных технологий и автоматизация банковских операций приобретает значимую роль в жизни общества [5, с. 144].

Развитие систем ДБО для большинства банков осуществляется с целью привлечения новых клиентов, увеличения прибыли, повышения качества услуг, оптимизации расходов, в том числе путем сокращения персонала.

В начале 2015 года аналитическое агентство Markwebb Rank & Report провело исследование, в котором приняли участие 200 крупнейших российских розничных банков, иллюстрирующее ситуацию с системой ДБО в России с точки зрения кредитных организаций. По данным исследования 86% банков предлагают услугу интернет-банкинга и 54% – услугу мобильного банкинга.

Управление банковскими счетами через Интернет, или как сегодня называют в банковской сфере интернет-банкинг, является наиболее динамичным и представительным направлением финансовых интернет-решений, в силу наиболее широкого спектра финансовых (в данном случае банковских) услуг, представленных в системах интернет-банкинга [10, с. 85].

При этом доля банков, предлагающих своим клиентам физическим лицам услугу интернет-банкинга, выросла за год с 82% до 86%. Эти статистические данные свидетельствуют о том, что количество интернет-банков на российском рынке второй год практически не растет. Рост в предложении интернет-банкинга обусловлен качественными изменениями, то есть происходит перевод сервисов на новые программные платформы, обновление дизайна интерфейсов, подключение новых функций для пользователей.

Доля банков, предлагающих своим клиентам физическим лицам услугу мобильного банкинга, выросла за год с 47% до 54%. Следует отметить, что предложение мобильного банкинга в 2015 году далеко от насыщения, поскольку половина российских банков не предлагают данную услугу.

По данным исследования e-Finance User Index 2015 из расчета 28,3 миллионной суточной аудитории интернета в Российской Федерации всего 15,4 миллиона человек пользуются интернет-банкингом в России, а это 55% всех активных интернет-пользователей в возрасте от 18 до 64 лет, проживающих в российских городах населением от 100 тысяч жителей.

Также следует обратить внимание на общее количество пользователей систем ДБО в целом по Российской Федерации.

По данным Банка России, количество счетов физических лиц в банках РФ с доступом через Интернет в 2015 г. увеличилось почти в 2 раза – до 80,9 млн с 42,3 млн, с доступом посредством мобильных телефонов – в 2 раза – до 64,6 млн с 30,9 млн. Общее количество счетов физических лиц с дистанционным доступом в 2015 году увеличилось на 12% – до 122,3 млн с 108,8 млн.

Численность счетов юридических лиц в банках РФ с доступом через Интернет в 2015 г. увеличилась на 14% — до 3,1 млн с 2,7 млн. Общее количество счетов юридических лиц с дистанционным доступом в 2015 году увеличилось на 16% — до 3,5 млн с 3 млн.

Таким образом, данные ЦБ РФ свидетельствуют о том, что в России более 3 млн человек пользуются интернет-банками для юридических лиц и предпринимателей. А это в 26 раз меньше, чем пользователей интернет-банков для физических лиц.

При этом, за год через интернет-банки поступают платежные поручения на сумму 284,3 трлн рублей от юридических лиц, тогда как для физических лиц этот показатель составляет лишь 1,1 трлн рублей.

Стоит отметить, что платежные поручения юридических лиц, отправленные через интернет, с каждым годом растут. Это связано с переходом клиентов банков от старых программных систем «банк-клиент» к более современным — «интернет-клиент», использующим интернет-браузер и подключение Интернет для управления своими счетами.

Несмотря на активное развитие онлайн-платежей в системе ДБО, не все население страны готово совершать платежи за те или иные услуги в режиме онлайн. Поэтому по тем или иным причинам другая часть россиян предпочитает совершать платежи в банковских терминалах.

Однако главная особенность «оффлайн-плательщиков» заключается в том, что с каждым годом их доля сокращается. Об этом свидетельствуют данные исследования e-Finance User Index 2015, проведенные аналитическим агентством Marksw Webb Rank & Report. Доля пользователей, предпочитающих оффлайн-способы оплаты мобильной связи (терминалы, банкоматы, салоны связи и т.п.), сократилась за год с 48% до 39%. Доля оффлайн-плательщиков за жилищно-коммунальные услуги за год сократилась с 64% до 57%.

Сокращение пользователей, совершающих платежи через внешние сервисы ДБО, указывает на повышение технической грамотности населения, то есть все большее количество людей начинают пользоваться услугами интернет-банкинга и мобильного банкинга. Следовательно, усиливается конкуренция онлайн-сервисов банка с банковскими терминалами.

Несмотря на положительные характеристики систем ДБО, существуют следующие недостатки в инновационных системах российских банков:

— Отсутствие устоявшегося правового регулирования. В настоящее время пользователи систем ДБО защищены не законом, а только договором с кредитной организацией. Следовательно, у банка есть возможность составить его таким образом, чтобы перенести все риски на клиента.

— Возможность хищения денежных средств из-за недостаточной защиты сервисов. Развитие технологий ДБО создало хорошую среду по перемещению средств для мошенников. Стоит отметить, что в подобной среде минимален риск по обнаружению злоумышленников.

Огромный риск защиты информации и, как следствие, недоверие со стороны клиентов тормозят дальнейшее совершенствование систем дистанционного банковского обслуживания.

В современных условиях хозяйствования конкурентоспособность банковской системы является актуальным вопросом. Политика постоянных нововведений является одним из основных факторов успешной банковской деятельности.

Направлениями развития инноваций в банковском секторе экономики являются: новые услуги, сформированные в результате развития денежно-финансового рынка,

услуги по управлению денежной наличностью, инновации в традиционных сегментах рынка ссудных капиталов. При этом основной целью коммерческого банка является снижение уровня затрат и увеличение клиентской базы.

Для оценки конкурентоспособности коммерческого банка следует выявить основные факторы, влияющие на нее, определить ряд показателей деятельности банка, которые наиболее полно отражают тот или иной фактор. Факторы, оказывающие положительное влияние на конкурентоспособность банка и будут выступать в качестве его конкурентных преимуществ. Именно за счет данных преимуществ банк будет привлекать новых клиентов, наращивать свою прибыль и повышать свою конкурентоспособность.

В результате действия конкуренции между кредитными организациями на рынке должна сформироваться удовлетворенность потребителей предоставленными банковскими услугами. Условия, создаваемые для удовлетворения текущих и инвестиционных потребностей клиентов, стимулируют положительный оборот ресурсов, аккумулируемых кредитными организациями [3, с. 70].

В условиях конкуренции банк не сможет успешно развиваться, если его стратегия не будет ориентироваться на удовлетворение потребностей клиента. Усиливающаяся конкуренция приводит к постепенному пониманию того факта, что условием, определяющим формирование инновационной политики, становится переход от технологических факторов к факторам покупательского спроса. Большое значение приобретают потребительские свойства банковского продукта, качество банковского обслуживания. С другой стороны, вне зависимости от уровня инновационности банковских технологий ситуация на рынке будет зависеть от покупателя банковской услуги и его предпочтения более качественного продукта и формы обслуживания. Речь идет о создании потенциала клиентоориентированных инноваций, которые дадут возможность банку выстоять в жесткой конкуренции с иностранными банками.

Один из основных элементов такой стратегии коммерческого банка есть принцип партнерства банка и клиента, характеризующийся сочетанием интересов обеих сторон, возможностью банка удовлетворять финансовые потребности клиента, положительным эффектом сотрудничества и заключающийся в разработке и осуществлении процессов для удовлетворения следующих потребностей:

- клиенту – снижение расходов по обслуживанию и увеличение прибыли за счет использования инновационных банковских продуктов и услуг;
- банку – рост объема продаж банковских продуктов и услуг, диверсификация клиентской базы и банковских рисков.

Внедрение клиентоориентированной политики банка связано с созданием и расширением филиальных сетей, предоставляющих банковские продукты и услуги, повышением качества обслуживания клиентов. Мы говорим об адаптации каналов сбыта в отношении различных категорий банковской клиентуры и сокращении издержек. Создание клиентоориентированной системы обслуживания представляется возможным только при наличии резкого повышения качества персонального менеджмента.

Двигателем всей банковской системы сегодня стало розничное банковское обслуживание (ритейл). Банковский ритейл представляет собой новый тип организации работы в банковской деятельности, где банковская политика основывается на продуктовой и сбытовой стратегии в соответствии с потребительскими предпочтениями любых типов клиентов.

Спектр и характер предоставляемых услуг определяются продуктовой политикой банка. В этом заключаются отличительные характеристики в сравнении с услугами банков-конкурентов. Учитывая специфический характер услуг банков, в процессе разработки и реализации сбытовой политики существенное значение приобретает процесс взаимодействия представителя банка с клиентом. Сбытовой политике банка ха-

рактерны основные каналы предоставления услуг – офисы банка, его представителя в торговых точках или дистанционные технологии обслуживания. В настоящий момент продуктовый ряд и сбытовая система подвергаются серьезной трансформации на современном рынке. Продуктовая политика модернизируется за счет продуктовых банковских инноваций. Сбытовая сеть изменяется путем увеличения точек присутствия банков, появляются новые каналы продаж, расширяются системы дистанционного банковского обслуживания. Основная цель внедрения этих инноваций – удовлетворение растущих потребностей клиентов [9].

Резюмируя вышеизложенное можно сказать, что внедрение инноваций в кредитные организации на данном этапе развития являются одним из основных способов повышения конкурентоспособности на рынке банковских услуг. И как следствие, банковские инновации способны стать стимулом в дальнейшем развитии банковского сектора России.

Библиографический список

1. Агаева Л.К., Лубяницкий В.В. Институциональная среда как фактор обеспечения экономической безопасности // Вестник Самарского государственного университета. 2015. № 2 (124). С. 90–95.
2. Агаева Л.К. Организационно-экономический механизм управления инвестиционной деятельностью на предприятиях городского хозяйства: материалы конференций / под ред. В.К. Семёнычева. Самара. С. 138–142.
3. Аюпова Л.К., Матиенко Н.Н. Организационно-экономический механизм инвестиционной деятельности предприятия: монография. Самара, 2009. 135 с.
4. Каширина М.В. Российский банковский сектор // Роль финансов в решении социально-экономических проблем общества: сб. статей Межвузовской конференции / под ред. д.т.н., д.э.н., профессора В.К. Семёнычева. Самара: САГМУ. 2012. Т. 1. С. 5–7.
5. Каширина М.В. Электронные деньги как необходимость экономизации денежного обращения, их достоинства и недостатки // Вестник Самарского государственного университета. 2015. № 9.1 (131). С. 144–150.
6. Каширина М.В. Экономические аспекты оптимизации межнациональных отношений // Вестник СамГУ. 2006. № 10–1(50). С. 172–177.
7. Курносова Е.А. Инновации как фактор развития Российских предприятий / Динамические и структурные проблемы современной Российской экономики сборник научных статей. Под редакцией Н.М.Тюкавкина. Самара, 2015. С. 77–81.
8. Курносова Е.А. Инновационное поведение как фактор обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы услуг // Инновационная экономика: материалы Межд. научн. конф. Казань, 2014. С. 155–158.
9. Агаева Л.К., Анисимова В.Ю., Безлепкина Н.В. Новая концепция развития региональной экономики: кластерная основа: монография / под общ. ред. Н.М. Тюкавкина. Самара: Изд-во «Самарский университет», 2014. 308 с.
10. Прогнозирование, планирование и моделирование: междисциплинарный подход и конвергенция знаний / Алиев А.Б., Ананьева Е.П., Бабкин М.М. [и др.]; под ред. О.А. Подкопаева. Самара: ООО «Офорт», 2015. 351 с.
11. Агентство по инновациям и развитию. URL: <http://www.innoros.ru/publications/interesting/11/znachimye-innovatsii-v-bankovskoi-sfere-21-go-veka>.

References

1. Agayeva L.K., Lubanski V.V. Institutional environment as a factor of ensuring economic security // Vestnik of Samara state University. 2015. No. 2 (124). P. 90–95.
2. Agayeva K.L. Organizational-economic mechanism of management of investment activity at the enterprises of municipal economy: materials of the conferences a Collection of articles / edited by V.K. Semenychev. Samara. P. 138–142.

3. Ayupova A.K., Matienko N.N. Organizational-economic mechanism of investment activity of the enterprise: monograph. Samara, 2009. 135 p.
4. Kashirina M.V. The Russian banking sector // Role of Finance in solving socio-economic problems of society: collection of articles of Interuniversity conference / under the editorship of doctor of technical Sciences V.K. Semenychev. Samara: SAGA, 2012. V. 1. С. 5–7.
5. Kashirina M.V. Electronic money as the need for economization of money circulation, their advantages and disadvantages // Vestnik of Samara state University. 2015. No. 9.1 (131). P. 144–150.
6. Kashirina M. V. Economic aspects of optimization of interethnic relations // Vestnik SamGU. 2006. No. 10–1 (50). S. 172–177.
7. Kurnosov E.A. innovations as the factor of development of Russian enterprises / Dynamic structural problems of contemporary Russian economy. Edited by N.M.Tyukavkina. Samara, 2015. S. 77–81.
8. Kurnosova E.A. Innovative behavior as a factor of competitiveness of the enterprises of sphere of services // Innovative economy: materials of International scientific conference. Kazan, 2014. P. 155 –158.
9. Agayev L.K., Anisimova Y.V., Bezlepkin N.I. A new concept of development of regional economy: cluster-based: monograph / under the General editorship of N.M. Tyukavkina. Samara: Publishing house «Samara University», 2014. 308 p.
10. Forecasting, planning and simulation: a multidisciplinary approach and convergence of knowledge / Aliev A. B., Ananyeva E. P., Babkin M.M. [and others] // edited by O.A. Podkopaeva Samara: LLC «Etching», 2015. 351 p
11. Agency for innovation and razvitiyu. URL: <http://www.innoros.ru/publications/interesting/11/znachimye-innovatsii-v-bankovskoi-sfere-21-go-vek>.

M.V. Kashirina*

The article substantiates the position that innovative technologies are the basis for the globalization of the financial sector. It is shown that in modern conditions a significant competitive advantage given to those credit organizations that are able to develop and implement new technologies, modernize the product line, to develop alternative channels of customer service, that is to carry out the innovation process.

Key words: innovation, financial system, credit institution, business banking, banking products.

* *Kashirina Marianna Valerievna* (mvkvv@yandex.ru), Department of Economics of innovation, Samara University, 34, Moskovskoye shosse, Samara, 443086, Russian Federation.