

7. Chebykina M.V., Bobkova E.Yu. The Set Of Anti-Recessionary Measures Of The Energy Policy Of Industrial Enterprises In The Resource-Saving Sphere // В мире научных открытий. 2014. № 9.1 (57). С. 542-551.
8. Shatalova T.N., Chebykina M.V., Zhirnova T.V., Bobkova E.Y. Methodological Problems In Determining The Basic Features Of The Sample Set Controlling The Activities Of The Enterprise // Mediterranean Journal of Social Sciences. 2015. Т. 6. № 3 S4. С. 261-268.
9. Shatalova T.N., Chebykina M.V., Zhirnova T.V., Bobkova E.Yu. Base Of Instruments For Managing Energy Resources In Monitoring Activity Of Industrial Enterprises // Advances in Environmental Biology. 2014. Т. 8. № 7. С. 2372-2376.
10. Чебыкина М.В., Мирошникова Р.Р. Влияние природно-ресурсного потенциала на эффективность производства, территориальную организацию и региональную специализацию в условиях перехода на модель устойчивого развития // Вестник Оренбургского государственного университета. 2007. № 5 (69). С. 69-73.
11. Шаталова Т.Н., Чернышова Ю.Г. Теоретическая сущность ресурсосберегающей деятельности, виды и принципы ее осуществления // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2011. № 11 (85). С. 120-123.
12. Шаталова Т.Н., Айвазян С.В. Экономическая оценка природных ресурсов в структуре ресурсного потенциала региона: методологический аспект // Вестник Самарского муниципального института управления. 2011. № 2. С. 79-86.
13. Шаталова Т.Н., Усов Д.С. Оптимизация ввоза зарубежной сельскохозяйственной техники на условиях аренды или финансового лизинга // Вестник Оренбургского государственного университета. 2008. № 9 (91). С. 92-94.

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ

Каширина М.В.¹

Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королёва, г. Самара

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 [9].

¹ Доцент кафедры Экономики инноваций, кандидат социологических наук.

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 [1,11]. 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 [10]. 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» [8]. 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.

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 [10,7].

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 [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 развития и внедрения в банковские технологии с ориентацией на международные стандарты предоставляемых банковских услуг [2,12].

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 [6].

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 [13].

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].

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 характерны основные каналы предоставления услуг – офисы банка, его представительства 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 [12].

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.

Список использованных источников:

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. В сборнике: Материалы конференций Сборник статей / под редакцией В.К. Семёнычева. Самара, С. 138-142.
3. Аюпова Л.К., Матиенко Н.Н. Организационно-экономический механизм инвестиционной деятельности предприятия: монография. Самара, 2009. с. 135.
4. Башмачникова Е.В., Курносова Е.А. История развития теории и практики инновационной деятельности в сфере услуг//Вестник Самарского экономического университета. 2008. № 10. С. 17-19.
5. Каширина М.В. Интернет-банкинг в России//Роль финансов в решении социальноэкономических проблем общества: сб. статей Межвузовской конференции/под ред. д.т.н., д.э.н., профессора В.К. Семёнычева. Самара: САГМУ, 2013 г, Том 2 с. 85-89.
6. 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.
7. Каширина М.В. Экономические аспекты оптимизации межнациональных отношений // Вестник СамГУ. 2006. №10-1(50). С. 172-177.
8. Каширина М.В. Российский банковский сектор: современное состояние//Вестник ВЭГУ. 2015. № 5 (79). С. 63 - 68.
9. Курносова Е. А. Конкурентоспособность предприятия сферы услуг на основе формирования инновационного поведения: автореф. дис. . . . канд. экон. наук. Тольятти, 2009. 26 с.
10. Курносова Е.А. Инновационное поведение как фактор обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы услуг // Инновационная экономика: материалы Международной научной конференции. Казань, 2014. С. 155-158.
11. Курносова Е.А. Отличительные особенности инновационной деятельности в сфере услуг // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Экономика. 2009. Т.28. №1. С. 396-398.
12. Курносова Е.А. Хасьянов И.И. Формирование финансовой стратегии предприятий малого бизнеса // Вестник Самарского государственного университета. 2015. № 5 (127). С. 65-68.
13. 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.