

УДК 336.71

ПРАКТИКА РЕАЛИЗАЦИИ БАНКОВСКИХ ИННОВАЦИЙ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ БАНКОВСКИХ УСЛУГ

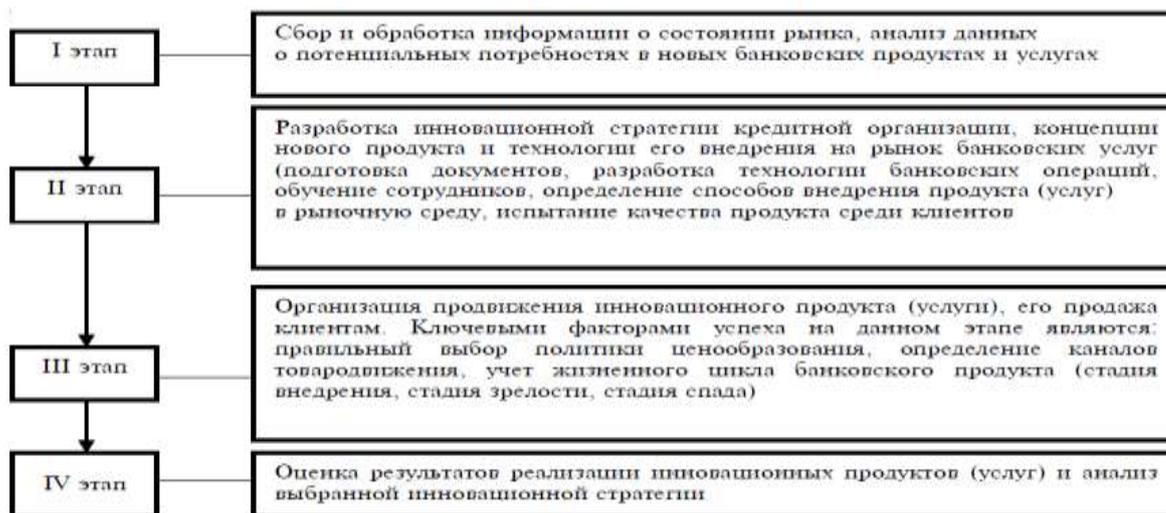
Е.А. Лопухова, студент, группа ФКб-121, IV курс
Научный руководитель: Т.Ф. Мамзина, к.э.н., доцент
Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф. Горбачева
г. Кемерово

Современные условия развития банковского рынка и запросы клиентов требуют развития существующих и разработки новых банковских продуктов или услуг.

Для разработки нового продукта или услуги нужны определенные ресурсы, знания, организация работ.

Основные этапы по разработке и внедрению банковских инноваций представлены на рисунке 1. [1]

Рисунок 1. Основные этапы по разработке и внедрению банковских инноваций



В мировой практике создания новых банковских продуктов и услуг экономисты выделяют несколько ключевых этапов.

Во-первых, исследование уже существующих рынков в поисках новых продуктовых и технологических решений привели к возникновению таких нововведений, как депозитные и инвестиционные сертификаты, кредитные и депозитные инструменты с плавающими процентными ставками, различные виды облигаций (с глубоким дисконтом, серийных, облигаций участия), депозитные ячейки, финансовые операции с драгоценными металлами, практика поручительства при совершении ипотечных и иных кредитных сделок и мно-

гих других. Банки стали оказывать также информационно-консультационные услуги.

Во-вторых, в определенное время кредитные организации стали завоевывать качественно новые сегменты рынка, осваивая страховой бизнес, финансовый лизинг, доверительное управление капиталом и инвестирование в недвижимость. Стоит отметить, что практика освоения новых рынков и новых продуктовых линеек российскими банками несколько отличалась от западной из-за различий в законодательной сфере, например, ограничения в страховой или лизинговой деятельности.

Особое внимание следует обратить на развитие рынка производных финансовых инструментов, которые послужили началом принципиально нового этапа в развитии мирового денежно-финансового рынка и стали причиной одного из самых существенных финансовых кризисов последних лет. Торговля опционами колл и пут прочно вошла в мировую практику в 30-е гг. XIX века на Лондонской фондовой бирже. Массовое распространение опционы, свопы, форварды, фьючерсы и другие производные финансовые инструменты получили только в 70-е гг. XX века и с того момента демонстрировали бурный рост по всему миру. В России эта практика была введена только в середине 2000-х гг. и долгое время не получала столь широкой поддержки [2, с.27].

В настоящий момент все большую популярность и развитие на мировом и российском рынках банковских услуг приобретают три инновационных направления, в частности:

– Развитие информационных и кибернетических технологий (развитие инструментов информационной безопасности, усложнение методик расчёта рисковых и прогнозных моделей и др.).

– Внедрение модели ведения бизнеса, которая максимально ориентирована на клиента.

– Оптимизация собственных бизнес-процессов.

Клиентоориентированный подход приводит к появлению инновационных скоринговых моделей оценки клиентов.

К примеру, с помощью второго поколения скоринговой модели FICO Score ежемесячно принимаются около миллиона кредитных решений. Данная система оценки кредитоспособности заемщика, основанная на статистических методах, представлена на российском рынке с 2008 года и позволяет увеличить объемы кредитования и улучшить качества кредитного портфеля у банковских организаций, выбравших данное решение.

Так, с 29 июля 2013 г. Сбербанк при выдаче розничных кредитов использует интегральную оценку заемщика, которая основана на Скоринг Бюро 3 поколения (сервис предоставляется Объединенным Кредитным Бюро (ОКБ)) и системе внутреннего скоринга самой кредитной организации.

Тестирование сервиса показало, что совместное использование двух скоринговых моделей дает дополнительный эффект, повышая качество интегральной модели банка более чем на 10%.

Маркетинговые нововведения позволяют эффективнее анализировать потребности клиентов за счет более точного выделения сегментов целевой аудитории, также объектом исследования стали инновационные стратегии многих банков. К примеру, в большинстве отделений Сбербанка с 2010 г. установлены камеры видеонаблюдения, фиксирующие, на рекламе каких продуктов и услуг клиент дольше задержал взгляд, и позволяющие обрабатывать впоследствии полученную информацию.

Развитие информационных технологий привело к тому, что в целях повышения эффективности работы большинство банков перешло от классической модели обслуживания клиентов к модели дистанционного банковского обслуживания (ДБО) посредством интернет-банкинга, мобильного банкинга, внешних сервисов (киоски, банкоматы), телефонного банкинга и системы «Банк-Клиент» и ряда других [3].

Примерами могут служить «Сбербанк Онлайн», «МДМ online», «Домашний банк», Интернет-банк «Восточный» и другие.

Одной из банковских инноваций можно считать бонусные программы банков. Для привлечения новых клиентов банками постоянно разрабатываются новые программы лояльности. Именно эти программы являются дополнительным стимулом для получателей карт (личная мотивация). Программа начисления бонусов либо как-то благодарит клиента за его выбор именно этого банка, либо заинтересовывает его предоставлением каких-либо других привилегий. Бонусные баллы начисляются за каждую совершённую операцию с использованием банковской карты. Существует множество рейтингов таких программ, таких как лучшие программы для получения cash back, для накопления миль, для путешественников и другие в зависимости от предпочтений клиентов. Сравнение особенностей разных банковских бонусных программ представлено на рисунке 2.

Рисунок 2. Сравнение бонусных программ банков

Сравнительная таблица показывает особенности разных банковских бонусных программ:

Банк	Бонусная программа	Сумма возврата	Число компаний-партнеров	Значимые компании-партнеры
Ситибанк	Citi Select	0,2%	12	«Перекресток», «Карусель», «ТехноСила» и др.
Сбербанк	Спасибо	3% до 12.04.2012, после 0,5%	свыше 10 000*	«Евросеть», «Связной», «МТС», «585» и др.
Связной Банк	Связной-Клуб	1%-20%	более 50	«Снежная Королева», Colin's, Ол!Гуд, Ozon.ru, KupiVIP.ru «Экспедиция»
Альфа-Банк	Клуб Перекресток	1% – 10%	1 партнер - «Перекресток», т.к. это ко-брендинговый проект	

* с учетом интернет-магазинов, работающих по системе WebMoney

Источник: сайты банков, расчет SBEX.RU

Кроме названных, стоит отметить широко распространившуюся в последнее время инновацию «электронная очередь».

Электронная очередь в офисах банков создана для минимизации очереди и повышения пропускной способности отделения. При этом возможно оптимально распределять клиентов, правильно управлять ролями сотрудников, а также информировать клиентов о необходимых действиях. Например, в сентябре-октябре 2010 года компания «Дамаск» поставила систему электронной очереди в одну из опытных зон Сбербанка – в 17 филиалов Байкальского банка. За время подготовки и реализации проекта специалисты «Дамаск» смогли детально разобраться в специфике требований, предъявляемых банками к системе СУО.

Одна из неординарных банковских инноваций – это биометрическая технология оплаты питания по отпечатку пальца или по ладони, которая внедряется в рамках инновационного проекта Сбербанка «Школа Будущего». Чтобы заплатить за обед, школьник просто вводит сумму и подносит ладонь или палец к сканеру. Сумма автоматически списывается с его лицевого счета. Весь процесс занимает пару секунд. Проект реализован в ряде образовательных учреждений Московской области, г. Санкт-Петербурге.

Следует обратить внимание, что инновацией в банковской сфере может являться качественно новое ведение бизнеса.

Ярким примером является Тинькофф Банк – инновационный онлайн-провайдер финансовых услуг, работающий в России через высокотехнологичную платформу без розничных отделений. Банк уделяет большое внимание мобильному направлению, выпуская мобильные приложения как для клиентов (мобильный банк), так и для не клиентов банка («Штрафы ГИБДД», MoneyTalk, «С карты на карту – быстрые переводы денег»).

Стратегия банка на ближайшие пять лет – стать полноценным финансовым супермаркетом, который предоставляет клиентам как свои собственные сервисы, так и партнерские продукты.

Тинькофф Банк назван «Банком года в России» и самым прибыльным российским банком в 2013 и 2014 гг. по версии журнала The Banker, ведущего международного финансового издания, входящего в группу Financial Times. В 2015 году аналитический банковский журнал Global Finance признал Тинькофф Банк лучшим розничным интернет-банком в России.

В целом, в России продолжает устанавливаться Национальная система платежных карт (НСПК), согласно недавнему федеральному закону [4] все операции в России с картами МПС должны проходить с использованием инфраструктуры НСПК, чтобы санкции американских компаний Visa и Mastercard не могли помешать банковскому обслуживанию российских клиентов.

В статье представлен не полный перечень инновационных продуктов активно внедряемых в жизнь банков и их клиентов. Но фактом является то, что качественная инновация способна множественно повысить эффективность работы кредитной организации и ее привлекательность для клиентов.

Список литературы

1. Семагин, И.А. Теоретические основы банковских инноваций [1ekonomicheskie nauki 2010 10 71.pdf](#)
2. Грюнинг, Х., Брайович Б. Анализ банковских рисков. Система оценки корпоративного управления и управления финансовым риском. / Х. Грюнинг, Б. Брайович. – М. : Весь Мир, 2013. – 296 с.
3. Крылова, Т.Е. Выбор партнера : анализ отчетности капиталистического предприятия. – М. : Финансы и статистика, 2014, с.134.
4. Федеральный закон от 27.06.2011 N 161-ФЗ (ред. от 29.12.2014) «О национальной платежной системе» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.03.2015).