

УДК 336.71

ИННОВАЦИИ – ОСНОВА РАЗВИТИЯ БАНКОВСКОГО БИЗНЕСА

Д-р экон. наук, проф. *Попова А.Х.*,
асп. *Ачева А.Т.*

Кафедра финансы и кредит.
Северо-Осетинский государственный университет
им. К. Л. Хетагурова

В статье рассмотрены вопросы влияния инноваций на развитие банковского бизнеса. Раскрыты общие черты дистанционного банковского обслуживания и различия между основными его видами. Определены тенденции внедрения банковских инноваций.

Одним из основных факторов успешной банковской деятельности выступает политика постоянных нововведений.

Инновации в настоящее время – не просто одно из явлений, определяющих экономический рост, развитие, структурные сдвиги и т.п. Инновации стали сутью современного развития во всех сферах экономики, в том числе и в банковском деле. Они представляют собой внедренные в производство или в сферу услуг новшества в форме объектов, технологий, продуктов, являющихся результатом научных исследований, изобретений и открытий и качественно отличающихся от своих аналогов (или не имеющих аналогов).

В современных условиях динамично развивающихся инновационных процессов трансформируется содержание категории «инновация». Традиционно под «инновацией» (нововведением) понимают конечный результат инновационной деятельности, реализуемый в виде нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности. На наш взгляд, «инновация» – это постоянно совершающийся процесс получения знаний и практического их приложения, характеризующийся новизной, способностью к удовлетворению имеющегося рыночного спроса и коммерческой реализуемостью.

Категория «банковская инновация» содержательно характеризует нововведения во всех сферах функционирования

коммерческого банка, обладающие определенным положительным экономическим или стратегическим эффектом, заключающимся в приросте клиентской базы банка, увеличении его доли рынка, сокращении издержек на проведение банковских операций, или создающие условия и предпосылки для вышеперечисленного.

В условиях растущей конкуренции на рынках банковских услуг банковские инновации в основном направлены на привлечение новых и удержание существующих клиентов, а также на расширение спектра предоставляемых услуг и совершенствование технологий их предоставления клиентам.

Банковские инновации всегда связаны с риском, т.е. прогнозной неизвестностью, принесет ли вложение капитала прибыль или оно будет убыточным? Поэтому решающее значение при инновациях имеют селективные риски и риски неправильного выбора вида вложения инвестиций в сравнении с другими видами вложений.

Следует отметить, что рискованные инвестиции – это венчурный капитал, который действует по схеме диверсификации капитала. Как правило, он инвестируется в не связанные между собой проекты в расчете на быструю окупаемость вложенных средств и высокую норму прибыли капитала (обычно не менее 50 %). Теория справедливо утверждает, что окупаемость капитала означает, что величина притока денег от вложения капитала становится равной величине вложенного капитала. Она измеряется сроком окупаемости капитала, т.е. показывает период времени, необходимый для возмещения первоначальных затрат капитала. При этом любой экономический анализ, объясняющий инновации, должен обратить внимание на стимулы, которые привели к появлению новых финансовых инструментов. На наш взгляд, правы экономисты, утверждающие, что это вызвано желанием максимизировать прибыль, что и приводит к простому выводу: изменения в экономической обстановке стимулирует поиск прибыльных инноваций [1].

Банковская инновация так же как и любая другая делится на кризисную инновацию и инновацию развития, на новый банковский продукт и новую банковскую операцию. Банковскую операцию можно выразить с помощью уравнения:

$$I = f(t),$$

где *I* – банковская инновация;

t – время, т.е. продолжительность жизненного цикла финансовой инновации.

Таким образом, понятие «банковская инновация» действует только в рамках времени, которые установлены начальной и конечной точкой жизненного цикла данной инновации. В связи с этим, на взгляд автора, не может считаться банковской инновацией продукт или операция, которые являются новыми только для данного финансового учреждения, но которые уже давно реализованы в других институтах. К финансовым или банковским инновациям не могут относиться также незначительные изменения, которые носят частный порядок и не меняют содержания и сущности продукта или операции (изменение процентных ставок по банковским счетам, сроков банковских депозитов и др.). Содержание банковских инноваций представлено на рис. 1.

Направлениями инноваций в банковском секторе являются:

- разработка новых финансовых продуктов, новых видов услуг или новых модификаций существующих услуг и продуктов;
- внедрение инновационных методов продаж, внешних характеристик продукта; разработка инновационных маркетинговых стратегий;
- технологические инновации, связанные с изменением технологического обеспечения внутрибанковских процессов, оказания услуг клиентам;
- структурные инновации – преобразование организационной структуры банка или его отдельных структурных подразделений для увеличения эффективности их функционирования.

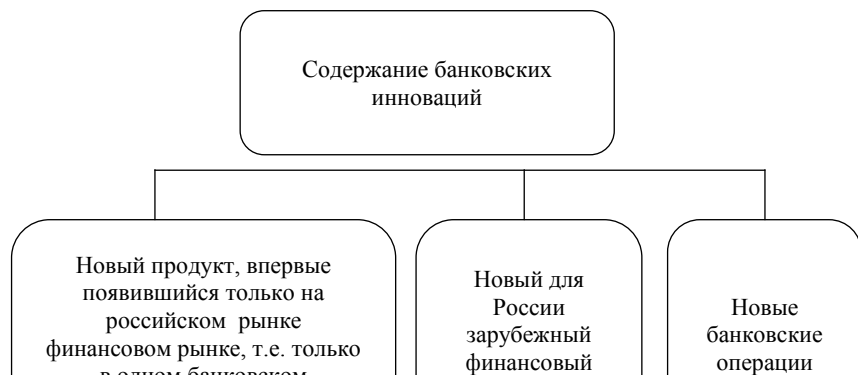


Рис. 1. Содержание банковских инноваций

Внедрение новых электронных технологий, средств коммуникации, высокотехничного оборудования обеспечивает более качественную и быструю передачу информации, а это, в свою очередь, дает возможность более оперативно манипулировать финансовыми потоками в масштабах мирового хозяйства в соответствии с требованиями его субъектов. На современном этапе информационные технологии стали движущей силой радикальных структурных изменений в банковском бизнесе. Они в полном смысле слова преодолевают пространство и время, открывая банкам круглосуточный выход на любые географически отдаленные рынки.

В настоящее время во многих развитых странах происходит переход от классической филиальной модели к модели дистанционного банковского обслуживания, и все больше операций проводится клиентами без визита в банк. В связи с переносом центра тяжести на дистанционное обслуживание функции существующей розничной сети постепенно сужаются и филиалы все более напоминают специализированные сервис-центры [2].

Большую роль при этом играют *банкоматы* (Automated Teller Machine, АТМ). Это многофункциональные автоматы, так называемые автобанки, управляемые последним поколением пластиковых карточек. Их ценность для потребителя заключается в том, что они расширяют временные и пространственные рамки, в которых клиент может осуществить банковские операции. При этом клиент осуществляет самостоятельную работу со своими счетами (текущим, сберегательным, карточным и т. д.), а именно: оплату коммунальных услуг, телефонных переговоров и т. д.; перевод денежных средств со счета на счет; осуществление безналичных денежных переводов; получение выписок за необходимый период времени и др.

Развитие сети банкоматов является важным элементом развития стратегии конкретного банка в целом. Для банка банкомат является эффективным средством, которое позволяет сокращать персонал отделения и получать прибыль, а также сохранять свои позиции на потребительском рынке.

Создаются и полностью автоматизированные филиалы банка, которые представляют собой помещение, оснащенное специальным банковским оборудованием. Автоматизированный банк (в зависимости от количества оборудования) может размещаться на площади 10–50 м² в жилых зданиях, зданиях магазинов, промышленных объектов, станций метро, вокзалов, аэропортов и так далее и может быть как встроенным, так и отдельно стоящим. Он оказывает услуги в автоматическом режиме 24 часа в сутки.

Для любого банка, который хочет развиваться и расти, обслуживание клиентов должно стоять на первом месте, а особенно возможность доступности к наличным ресурсам, поэтому количество банкоматов по выдаче наличных денег растут в геометрической прогрессии.

На данный момент в России количество устройств (банкоматов, электронных терминалов, импринтеров), используемых при оплате товаров и услуг, выросло на 14,1 % и на 1.01.2011 составило 574,5 тысячи [3].

Как видно из таблицы, бесспорным лидером по количеству банкоматов, несомненно, является Сбербанк. Еще на начало 2011 года количество принадлежащих Сбербанку банкоматов насчитывало почти 28 тыс. штук, что составляет более трети всех банкоматов в стране.

Таблица 1.

Группировка кредитных организаций с количеством собственных банкоматов свыше 2000 штук на 1 января 2011 года

| № | Банк | Общее количество банкоматов по России (шт.) | Изменение (+,-) | Общее количество банкоматов по России с функцией cash-in (шт.) | Изменение (+,-) | Общее количество собственных платежных терминалов с возможностью | Изменение (+,-) |
|---|------|---|-----------------|--|-----------------|--|-----------------|
|---|------|---|-----------------|--|-----------------|--|-----------------|

| | | | | | | | | ю внесения наличности на карточный счет (шт.) | | |
|----|-----------------|-----------------|-----------------|-------|-----------------|-----------------|-------|---|-----------------|-------|
| | | на 01.01. 10 г. | на 01.01. 11 г. | | на 01.01. 10 г. | на 01.01. 11 г. | | на 01.01. 10 г. | на 01.01. 11 г. | |
| 1. | Сбербанк | 22882 | 27751 | +4869 | 5327 | 8274 | +2947 | 7318 | 11009 | +3691 |
| 2. | ВТБ 24 | 4046 | 5000 | +954 | 912 | 1110 | +198 | 0 | 0 | 0 |
| 3. | Уралсиб | 2656 | 2871 | +215 | 16 | 88 | +72 | 0 | 0 | 0 |
| 4. | Мастер-Банк | 2482 | 2840 | +358 | 588 | 725 | +137 | 0 | 0 | 0 |
| 5. | Транскредитбанк | 2083 | 2334 | +251 | 2 | 1 | -1 | 8 | 12 | +4 |
| 6. | Росбанк | 2002 | 2307 | +305 | 358 | 513 | 155 | 0 | 0 | 0 |

Источник: составлена автором на основании данных официального сайта Центрального банка России. URL:<http://www.cbr.ru>.

Лидирующие позиции «Сбербанк» занимает и по количеству банкоматов с функцией cash-in, которые составляют 8 274 штук. Общее количество платежных терминалов, через которые можно в том числе вносить наличность на карточный счет, достигло 11 009 штук, тогда как год назад их было 7 318 штук. Второе место также стабильно занимает ВТБ 24, увеличивший количество своих банкоматов за 2010 г. на четверть – до 5 тыс. штук. Банк «Уралсиб» завершает тройку лидеров. Количество его банкоматов в стране насчитывает 2871 штуку.

Технология, при которой проведение операций не требует визита клиента в банк, называется *дистанционным банковским обслуживанием* (ДБО). При этом банк проводит платежи или совершает другие действия со средствами клиента на основании дистанционных распоряжений, передаваемых клиентом в банк по различным каналам доступа (телефон, Интернет и др.) при помощи различных средств доступа (телефонный аппарат, компьютер).

Такая система в целом получила название онлайн-банкинг (online banking). Удаленное управление банковскими счетами может осуществляться различными способами:

– ПС-банкинг (PC-Banking) (к этой категории могут быть отнесены системы «клиент-банк»;

– посредством телефона – телебанкинг (telebanking);

– персонального компьютера – е-банкинг (e-banking);

– Интернета – интернет-банкинг (Internet banking);

– портативных устройств – мобильный банкинг (mobile banking, m-banking);

– видео-банкинг (video-banking), цифровой телевизионный банкинг (DTV– banking).

В планах организации банковского надзора, которые разрабатывает Банк России, предложено использовать классификационную схему разновидностей электронного банкинга (рис.2).

В развитых странах уже более 20 лет дистанционное банковское обслуживание является основной моделью развития банковского сектора. В то время как в Российской Федерации наблюдается заметное отставание коммерческих банков от зарубежных в использовании систем ДБО, что означает значительное отставание отечественных банков в конкурентной борьбе на международном финансовом рынке.

Первые опыты по внедрению систем удаленного доступа были проведены западными банками в 1980-х гг. Клиент дозванивался в банк по телефону и в режиме реального времени мог осуществлять простейшие операции: производить переводы по счетам внутри банка, покупать и продавать иностранную валюту, осуществлять стандартные платежи. Система обеспечивала клиенту доступ к управлению счетом при помощи пятизначного кода и давала возможность осуществлять переводы между двумя счетами внутри банка и оплачивать счета [4].

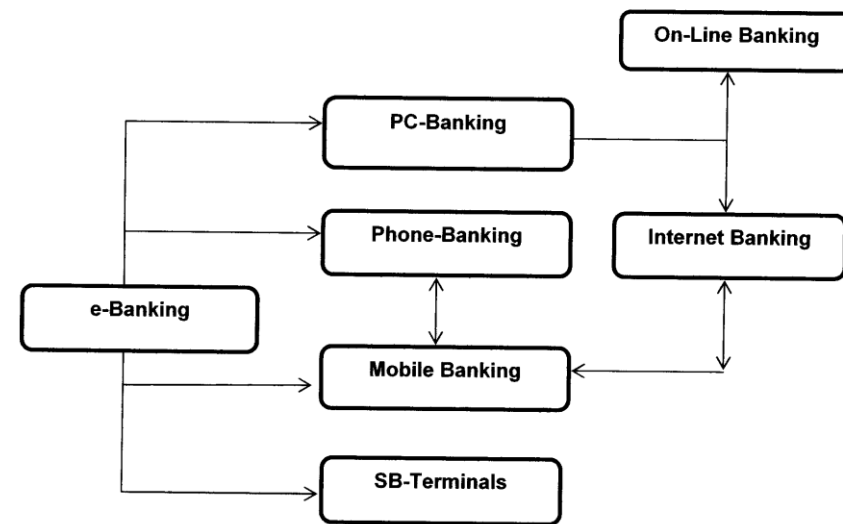


Рис.2. Варианты электронного банкинга (e-Banking).

Call-центр – это аппаратно-программный комплекс, позволяющий обрабатывать входящие телефонные вызовы автоматически или с участием оператора. По сравнению с обычной информационно-справочной службой использование call-центра позволяет оптимизировать обработку звонков, сокращая время поиска нужной клиенту информации и обеспечивая постоянную доступность услуги. Call-центр работает до 24 часов в сутки с интенсивностью до нескольких сотен звонков в минуту. На базе call-центра можно организовать целый ряд услуг, таких как информационно-справочная поддержка для клиентов, автоматизированное управление банковскими счетами, организация службы технической поддержки и т. д. Одной из важных особенностей call-центра является возможность обеспечить каждому клиенту индивидуальное обслуживание. Входящие в состав центра механизмы позволяют идентифицировать звонящего абонента и извлекать имеющуюся информацию о нем, его обычных требованиях и запросах, а также дату его последнего обращения в компанию, следовательно, оператор будет более подготовлен к разговору. Кроме того, call-центр автоматически протоколирует и

формирует отчеты о своей деятельности, т. е. уровень обслуживания абонентов можно определить по таким параметрам, как количество звонков абонентов, среднее время ожидания абонента в очереди, процент звонков, прерванных абонентами во время ожидания, и т. д.

Ни в России, ни в других странах СНГ до сих пор не существует столь жесткой конкурентной внешней среды, которая во многом предопределила распространение call-центров на рынках экономически развитых стран. Фактически отсутствует в нашей стране и рынок услуг независимых операторов call-центров, работающих на основе аутсорсинга, просто потому, что на такие услуги нет спроса со стороны небольших российских фирм [5].

Развитие мультимедийных технологий позволяет ожидать развития такого способа реализации удаленного банковского обслуживания, как ТВ-банкинг (TV-banking), предполагающего, что клиент сможет дать указание операционисту или менеджеру обслуживающего его банка при непосредственном видеоконтакте. Главное преимущество удаленных банковских технологии – создание комфортных условий для потребителей банковских услуг. Теперь не нужно посещать офис кредитного учреждения, чтобы произвести ту или иную операцию. А ведь именно из таких мелочей: отсутствие необходимости стоять в очередях в кассу при оплате коммунальных платежей, покупка в интернет-магазинах, услуги провайдеров различных видов связи – складывается качество жизни представителей современного общества. Кроме того, такой способ расчетов приносит и существенную экономию клиенту банка: он вправе рассчитывать на скидку, которая положена ему как участнику безналичных расчетов.

Удаленное банковское обслуживание предполагает не только осуществление внешних платежей. Клиент может совершать и самые разные внутрибанковские операции: конвертировать валюту, размещать депозиты, формировать собственный инвестиционный портфель. Наряду с устранением территориальной привязки к кредитному учреждению, удаленное обслуживание снимает зависимость клиента от времени суток. Теперь у него нет необходимости учитывать график работы банковского офиса: сервер кредитного учреждения обычно доступен круглосуточно без

перерывов на обед, выходных и праздничных дней. Если при помощи различных технических устройств устанавливается стационарная связь между банком и клиентом, то такая система называется обычно «Клиент-Банк», в случае, если клиент – юридическое лицо, и «домашний банкинг» (home banking), если – физическое [4]. Но по сути, домашний банкинг – есть вариант системы «Клиент-Банк». С помощью таких систем юридическое или физическое лицо, напрямую подключившись к банку по электронным линиям связи, может осуществлять различные финансовые операции прямо из своего дома или офиса. Система «Клиент-Банк» позволяет: передавать в банк платежные документы, получать выписки со счетов клиентов; получать электронные копии платежных документов, обмениваться с банком электронными текстовыми сообщениями, получать справочную информацию, осуществлять импорт/экспорт информации.

Среди достоинств систем удаленного банковского обслуживания класса «Клиент-Банк» – высокая безопасность проводимых расчетов, которую обеспечивают программные средства криптографии, а также хорошая интеграция с другими средствами автоматизации бизнеса. Но имеются и недостатки. В частности, эти системы требуют установки на компьютер клиента специального программного обеспечения.

Дальнейшее развитие удаленного банковского обслуживания предопределило использование в банковском деле новых средств связи. В первую очередь это Интернет и мобильные телефонные сети, которые существенно расширили возможности клиентов – ведь для реализации их взаимодействия с банком требуются обычные html- и war-браузеры, которые установлены практически в каждом современном ноутбуке или мобильном телефоне.

В настоящее время существует два принципиально различных варианта организации банковской деятельности с использованием Интернет и мобильных телефонных сетей:

– классический банк, который имеет свои офисы и операционные залы и предоставляет клиентам возможность управлять своими счетами посредством Интернет;

– виртуальный банк, который осуществляет свою деятельность только во всемирной компьютерной сети.

Интернет дает возможность создавать виртуальные частные сети практически любой сложности, обеспечивает прекрасные возможности по интеграции информационной системы банка во «всемирную паутину». Интернет позволяет изменить технологию функционирования систем «клиент – банк». Теперь нет необходимости в установке специализированного программного обеспечения на стороне клиента, так как конечный пользователь работает только со стандартной программой (браузером). Появился интернет-банкинг (Internet banking) как способ удаленного (дистанционного) банковского обслуживания, использующего возможности сети Интернет.

Виртуальный банк (virtual bank) – это банк, работающий с клиентами исключительно через Интернет, и в отличие от традиционных банков, не располагающий филиальной сетью. Появился даже новый термин, обозначающий виртуальный банк – безфилиальный банк (branchless bank), который существует исключительно в Сети. В случае виртуального банка клиент полностью лишен возможности контакта с его фронт-офисом. Банк привлекает и обслуживает клиентов исключительно через Сеть.

От виртуального банка следует отличать интернет-банк (Internet bank), т. е. банк, предоставляющий услуги интернет-банкинга. Интернет-банком может являться как традиционный банк, обслуживающий клиентов, в том числе и через Интернет, так и виртуальный банк. Первопричинами использования системы интернет-банка коммерческими банками являются конкуренция, при которой интернет-технологии рассматривались как способ удержания и привлечения клиентов, и эффективность затрат, поскольку распространять и осуществлять банковские услуги через Интернет гораздо проще и дешевле, чем создавать традиционные филиалы, требующие зданий и персонала.

За счет экономии на издержках такие банки могут предлагать более выгодные процентные ставки и условия обслуживания. При небольшом вложении средств и содержании маленького штата сотрудников перед банками открывается возможность обслуживания большой территории. А поскольку клиент самостоятельно руководит банковскими операциями и, следовательно, у банка возникает экономия на издержках,

виртуальный банк может выплачивать более высокую процентную ставку по вкладам. Это был наиболее весомый аргумент для людей, переведших свои деньги из обычного банка в виртуальный.

Управление банковскими счетами через Интернет (интернет-банкинг) является сегодня наиболее интересным направлением финансовых интернет-решений благодаря широкому спектру банковских услуг, представленных в системах интернет-банкинга. Системы интернет-банкинга включают в себя полный набор банковских услуг, предоставляемых клиентам, за исключением операций с наличными деньгами. Системы интернет-банкинга могут быть основой систем дистанционной работы на рынках ценных бумаг и удаленного страхования, так как они обеспечивают проведение расчетов и контроль над ними со стороны всех участников финансовых отношений.

Стоит отметить, что такие традиционные конкурентные преимущества банков, как тесные долговременные контакты с клиентами и развитая филиальная сеть частично теряют свое значение. Новое поколение клиентов охотнее пользуется услугами Интернет-банкинга, чем традиционными каналами, предоставляемыми филиальной сетью.

По данным аналитического отдела MForum, в 2011 году уровень проникновения интернет-банкинга в России вырос на 2,4 % и в общей сложности составил 6,7 %. И хотя данный показатель демонстрирует постоянный рост, Россия существенно отстает от западных стран, где услуги интернет-банкинга почти также популярны, как и сам Интернет. За последний год количество пользователей услуги выросло на 3,4 млн человек. Всего же, по данным MForum, более 9,4 млн россиян пользуются интернет-банкингом [6]. Тем не менее, не нужно забывать о том, что становление российской банковской системы, как собственно и активное распространение широкополосного доступа во всемирную сеть, произошло в нашей стране позже, нежели на Западе.

Из отчета MForum следует, что максимальный уровень проникновения интернет-банкинга наблюдается в Канаде, он составляет 68 %. Интернет-банкингом пользуются 59 % французов, 55 % британцев и 49 % испанцев. В США уровень проникновения этой услуги составляет 48 %.

Таким образом, инновации в банковской сфере в условиях глобализации – настоятельная необходимость для российских банков. Чтобы выстоять в глобальной конкуренции, российским банкам нужно ориентироваться только на самые передовые технологии и продукты. Внедрение банковских инноваций позволит повысить производительность труда, снизить накладные расходы, и как следствие – резко возрастут доходы кредитных организаций и их рентабельность.

ЛИТЕРАТУРА

1. Обзор материалов Второй международной конференции «Интеграция российского и международного финансовых рынков в условиях глобализации». Санкт-Петербург, 2008.
2. URL: http://www.econ.msu.ru/cmt2/lib/a/1158/file/vinogradova_13.pdf
3. URL: http://www.cbr.ru/publ/root_get_blob.asp?doc_id=9061
4. *Кох Л.В.* Принципы и механизмы повышения эффективности банковской деятельности на основе использования инноваций: авторефер. Дис. ... д-ра экон. наук. – Иванова, 2010.
5. URL: <http://www.dkvartal.ru/hercy/9872>
6. URL: <http://tasstelecom.ru/articles/one/3347>