

УДК 336.717

UDC 336.717

08.00.00 Экономические науки

Economic sciences

**ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ФИНАНСОВЫХ
ИННОВАЦИЙ НА РЫНКЕ БАНКОВСКИХ
УСЛУГ**

**POSITIONING OF FINANCIAL INNOVATION
ON THE MARKET OF BANKING SERVICES**

Родин Денис Яковлевич
доцент, доктор экономических наук, доцент ВАК
e-mail: rodin17@mail.ru

Rodin Denis Yakovlevich
Dr.Sci.Econ., associate professor of VAK
e-mail: rodin17@mail.ru

Ткаченко Татьяна Сергеевна
магистрант
e-mail: tanya19121993@mail.ru
*Кубанский государственный аграрный
университет имени И.Т.Трубилина, Краснодар,
Россия*

Tkachenko Tatyana Sergeevna
graduate student
e-mail: tanya19121993@mail.ru
Kuban State Agrarian University, Krasnodar, Russia

Актуальность настоящего исследования обусловлена тем, что в последние годы развитие банковского сектора претерпевает качественные изменения и это определяет уровень развития конкуренции на рынке банковских продуктов и услуг. Банковские инновации являются важным и стимулирующим направлением дальнейшего функционирования российских банковских институтов. В статье анализируется сущность банковских инноваций, классификация банковских продуктов, степень изученности разными авторами данной проблематики, возможности и перспективы внедрения инноваций в банковской сфере, преимущества, получаемые при этом всеми участниками данного процесса

The relevance of this study stems from the fact that in recent years, the development of the banking sector is undergoing a qualitative change, and this determines the level of competition in the market of banking products and services. Bank innovation is an important and challenging directions of further functioning of the Russian banking institutions. The article examines the nature of banking innovation, the classification of banking products, the degree of knowledge of different authors on this issue, the possibilities and prospects of implementation of innovation in the banking sector, the benefits obtained by all parties of this process

Ключевые слова: АКТИВНЫЕ ОПЕРАЦИИ, БАНКОВСКАЯ ИННОВАЦИЯ, ГЛОБАЛИЗАЦИЯ, ДИФФЕРЕНЦИРОВАННОСТЬ, ДИФфуЗИЯ, ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ, ИНИЦИАЦИЯ, ИННОВАЦИЯ, ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГ, КРАУДСОРСИНГ, КРЕДИТНЫЙ ПРОДУКТ, КРЕДИТНЫЙ ПОРТФЕЛЬ, ПАССИВНЫЕ ОПЕРАЦИИ, ПРОДУЦЕНТ, СЕКЬЮРИТИЗАЦИЯ, СИНДИЦИРОВАНИЕ

Keywords: ACTIVE OPERATIONS, BANK INNOVATION, GLOBALIZATION, DIFFERENTIATION, DIFFUSION, LIFE CYCLE, INITIATION, INNOVATION, INTERNET BANKING, CROWD-SOURCING, LOAN PRODUCT, LOAN PORTFOLIO, PASSIVE OPERATION, PRODUCER, SECURITIZATION, SYNDICATION

Doi: 10.21515/1990-4665-133-044

На финансовом рынке являются лидерами кредитные организации, которые внедряют новые услуги и продукты. Российская банковская система в настоящее время использует на практике самые современные технологии и банковские продукты. К инновационным услугам относятся: интернет-банкинг, интернет-трейдинг, кредитные продукты, системы

быстрых денежных переводов и многое другое. Но не смотря на то, что используются современные технологии на организационном уровне в банках тратят огромное количество времени на обслуживание клиентов. Внедрение новых услуг зачастую носит хаотичный характер, между тем в мировой практике давно существуют и используются стандарты моделирования бизнес-процессов, которые помогают систематизировать этот процесс, сделать его наиболее эффективным.

Актуальность настоящего исследования обусловлена тем, что в последние годы развитие банковского сектора претерпевает качественные изменения и это определяет уровень развития конкуренции на рынке банковских продуктов и услуг. Банковские инновации являются важным и стимулирующим направлением дальнейшего функционирования российских банковских институтов.

Степень разработанности проблемы. Впервые упоминания об инновациях встречаются в работах таких выдающихся представителей экономической мысли, как А.Смит и Д.Рикардо. В целостном виде теория инноваций впервые была представлена в работах И.Шумпетера. Упомянув об экономистах, которые внесли серьезный вклад в развитие теории инноваций, стоит также назвать и отечественных ученых, как классиков экономической теории (Н.Д. Кондратьев), так и наших современников (В.Кушлин, Б.Кузык, А.Фоломьев и др.).

Оценивая степень изученности проблематики распространения инноваций в целом, следует отметить недостаточность теоретических обобщений и отсутствие комплексной оценки практических достижений последних лет в сфере развития финансовых инноваций в банковском секторе России. Пока еще недостаточно проводился комплексный анализ инновационных рисков в банковском секторе, особенно в условиях финансового кризиса.

Гипотеза исследования состоит в предположении, что внедрение новых финансовых инноваций позволит банковскому сектору России эффективно выйти из современного финансового кризиса.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в дополнительной аргументации многообразия и многокомпонентности финансовых инноваций в кредитной системе, а так же выявления роли банков в контексте формирования финансовых инноваций и стимулирования экономического роста

Маркетинг является одним из эффективных способов повышения эффективности деятельности банков. Современная кредитная организация осуществляет стратегию формирования конкурентных преимуществ одного из следующих трех типов: стратегия расширения ассортимента услуг, стратегия доминирования по издержкам, и стратегия фокусировки на ограниченной и однородной группе клиентов (рыночной нише). Продвижение продаж пакетов банковских услуг позволяет увеличить комиссионный доход банка за счет увеличения продаж [7].

Определим значение термина банковская услуга. Выделяют следующие синонимы банковской услуги: банковский продукт, банковская операция.

Принято считать началом развития теории банковских услуг конец 60-х – начало 70-х годов XX в., в это время были опубликованы научные работы ученых Мичиганского университета, Уэльского университета, Женевского университета, работы Брайана.

Второй этап развития теории банковских услуг произошел в период конца 80-х-начало 90-х годов XXв. Этот этап охарактеризуется как попытки исследования особенностей деятельности кредитно-финансовых систем отдельных стран и возможных последствий влияния глобализации и централизации банковского капитала на рынок банковских услуг.

Наибольший вклад в науку оставили научные исследования таких авторов, как Ф. Дерек, В. Малпас и многие другие.

Третий этап развития теории банковских услуг начался в 1991 г. и продолжается по сегодняшний день. Начало этого периода охарактеризовано введением единой европейской валюты – евро в 1999 г. и созданием европейского валютного союза в 1992 г., что повлекло за собой пересмотр концепции банковского обслуживания клиентов.

Для начала рассмотрим, что из себя представляет термин «продукция». Продукция или продукт в экономической теории обозначает «экономические блага, которые продаются и покупаются». Так как банк производит продукцию, которая значительно отличается от продукта сферы материального производства, т.е. товар в виде денег, платежных средств, поэтому банковский продукт имеет свою специфику. Кредитная организация оказывает услуги преимущественно денежного характера, одним из наиболее популярных продуктов является предоставление кредита.

До недавнего времени выделяли четыре группы банковских продуктов (рис. 1). Но в настоящее время банки всего мира развивают интернет-банкинг, включающий в себя полный набор розничных банковских услуг.



Рисунок 1 – Классификация предоставляемых банковских продуктов на международном рынке финансовых услуг.

Услуги по кредитованию – основной вид услуг коммерческого банка, которые приносят ему наибольшую долю доходов. Кредитные продукты, как правило, должны быть специально приспособлены к требованиям конкретных клиентов, поэтому, разрабатывая как набор самих услуг по кредитованию, так и стратегию их продвижения, банки должны учитывать специфические потребности отдельных групп клиентов (отраслевые, по характеру и размерам деятельности, формам собственности) и индивидуальные особенности каждого потенциального заемщика.

Российские банки производят следующие кредитные продукты:

- кредитование проектов;
- ипотечное кредитование;
- кредитование юридических лиц по овердрафту;
- кредитование на синдицированной основе;
- кредитование юридических лиц на основе открытия кредитной линии;

- кредитование физических лиц на жилищное строительство;
 - кредитование физических лиц на потребительские цели. На рисунке 2 отображена классификация кредитов.

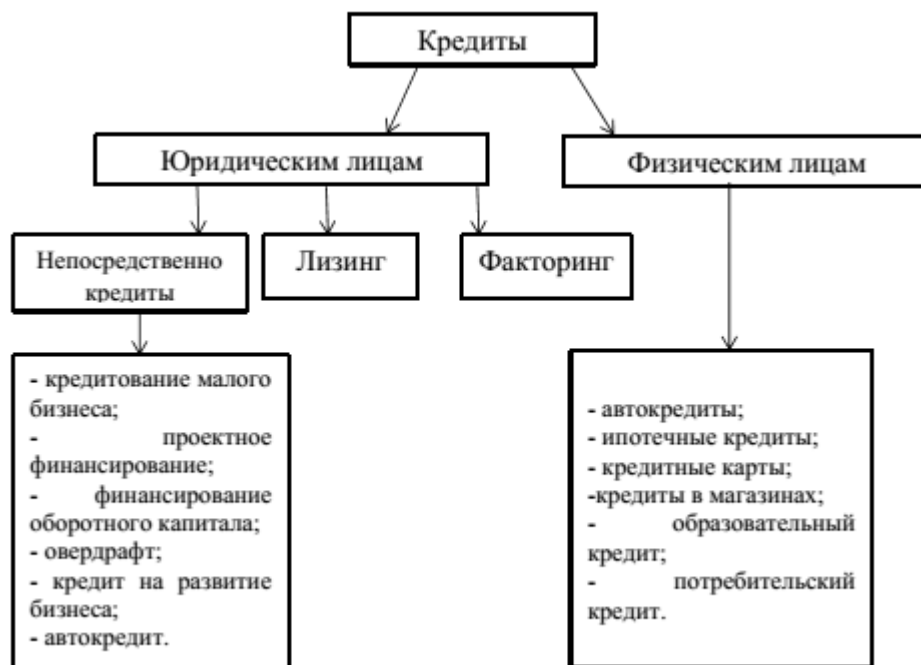


Рисунок 2 – Классификация кредитов.

Кредит, как банковский продукт обладает качественными, количественными и временными характеристиками. Рассмотрим каждую характеристику более подробно. Так временные характеристики зависят от видов кредитования и качественного состава ресурсной базы. Качественные характеристики определяются тем, что банк предлагает широкий спектр банковских продуктов своим клиентам. Количественные характеристики кредитных продуктов определяются размерами лимитов кредитования, величиной собственного капитала банка, платежеспособностью заемщика, а также размером обеспечения кредита. Наиболее перспективной сферой для оказания кредитных услуг являются регионы, где не освоен, либо плохо освоен кредитный рынок, а потенциал кредитоспособности населения растет.

Розничные кредитные услуги является наиболее выгодным бизнесом для банка. Такой вывод определяется следующими предпосылками:

- сокращение процентной маржи по операциям с корпоративной клиентурой, вызванное снижением процентных ставок на внутреннем рынке;

- низкая капитализация российских банков и слабость ресурсной базы, которая ограничивает возможности банков в плане кредитования корпоративного бизнеса.

- кредитование населения приносит высокий доход и стабильный, а также диверсификацию кредитных рисков за счет дифференциации кредитных услуг по срокам и клиентам.

Банковская инновация проходит ряд стадий, которые в свою очередь в совокупности называются жизненным циклом банковской инновации. Жизненный цикл банковской инновации представляет собой период времени, в течение этого периода инновационный банковский продукт обладает наибольшей активной жизненной силой и приносит прибыль банку (продуценту) или другой реальную выгоду. Продуцент банковской инновации представляет собой производителя этой банковской инновации. Концепция жизненного цикла банковской инновации находит наибольшее значение в планировании производства и организации инновационного процесса этой банковской инновации. Это значение проявляется в следующем:

1. Концепция жизненного цикла позволяет руководства банка анализировать банковскую деятельность в будущей перспективе развития, так и в настоящей. Так же, следует отметить, что к банковским инновациям нельзя относить некоторые изменения, к таким изменениям относят, которые не меняют сущности банковского продукта, например, изменение процентных ставок. С учетом выше сказанного продукт является банковской инновацией, если он:

а) новый кредитный банковский продукт, впервые появившийся на российском финансовом рынке, т. е. только в одном банке;

б) новый для России зарубежный кредитный банковский продукт, т. е. новый банковский продукт, появившийся на российском финансовом рынке, но реализуется на зарубежном финансовом рынке.

в) новые финансовые технологии.

2. концепция жизненного цикла банковской инновации предполагает необходимость систематической поэтапной работы по планированию производства инноваций (поиск идеи, организация инновационного процесса, создание банковской инновации, ее продвижение на рынке и диффузия (спад)). Если банковская инновация приобретает то это предполагает: изучение спроса, банковский маркетинг, бенгмаркетинг.

3. концепция жизненного цикла банковской инновации является основой механизма анализа и планирования инновации. Если проанализировать банковскую инновацию, то можно установить на какой стадии жизненного цикла она находится, и прогнозировать, что с ней произойдет, когда начнется диффузия, и когда банковская инновация вообще закончит свое существование. Такое планирование можно осуществлять на протяжении всего существования банковской инновации, т.е. жизненного цикла инновации.

Банку как продуценту банковской инновации приходится постоянно решать четыре задачи:

1. Что надо сделать для расширения существующих и освоения новых финансовых рынков?

2. Что надо предпринять для разработки банковской инновации?

3. Что надо сделать для внедрения банковской инновации на рынке?

4. Как наиболее эффективно управлять банковской инновацией?

Решение данных задач необходимо для определения затрат финансовых, информационных, материальных, трудовых ресурсов.

Жизненный цикл инновационного кредитного продукта включает в себя следующие семь этапов:

1. Разработка инновационного кредитного продукта.
2. Выход на рынок.
3. Развитие рынка.
4. Стабилизация рынка.
5. Уменьшение рынка.
6. Подъем рынка.
7. Падение рынка.

Конечно наиболее важной стадией принято считать первую стадию, так как именно на ней определяются вероятность дальнейшего успеха реализации инновационного кредитного продукта, его прибыль, объем спроса и объем поступления денег от реализации продукта. На первой стадии производитель проводит работу по инициации, поиску идеи, технико-экономическому обоснованию и созданию нового продукта. Инициация представляет собой деятельность, которая состоит из выбора цели инновации, постановке задач, поиске идеи, технико-экономическом обосновании инновации и в выработке нового продукта. Продуцент оплачивает все расходы, которые связаны с разработкой банковской инновацией. На этой стадии продуцент вкладывает финансовые ресурсы в банковскую инновацию с целью получения прибыли в перспективе.

Вторая стадия обозначена внедрением инновационного продукта в хозяйственную жизнь инвесторов-покупателей. Следующая стадия развития рынка определена ростом объема продаж банковского продукта на финансовом рынке. Продолжительность данной стадии показывает время, когда новый банковский продукт активно употребляется и насыщается им рынок. Данные две стадии связаны с продвижением и диффузией банковского продукта. Диффузия инновации – это распространение уже популярной инновации.

Основываясь на теоретических положениях и практических рекомендациях по реализации стратегии проникновения финансовых инноваций на рынок кредитных услуг, такие авторы, как Д.Я. Родин и И.В. Сурина провели прогнозные расчеты количественных и качественных параметров проектируемых кредитных инноваций на каждой стадии их жизненного цикла.

Их методика позволяет с большей точностью определить показатели эффективности реализации маркетинговой стратегии банка на каждом этапе внедрения кредитных инноваций. При этом особый акцент переносится на качественные параметры степени удовлетворенности потребительского спроса инновационными кредитными продуктами банка и социально-экономической эффективности кредитного инжиниринга и реализации маркетинговых стратегий банка.

В качестве объекта приложения реализации стратегии авторами выбран ПАО «Сбербанк России», который является эффективным банковским институтом с развитой системой кредитной инженерии, процессами проектирования и внедрения кредитных инноваций.

Таблица 1 - Прогнозные результаты стратегии инновационного маркетинга банковского института на банковском рынке кредитных услуг (по материалам деятельности отделений ПАО «Сбербанк России», расположенных на территории Краснодарского края)

Создание	Создание и проектирование кредитных инноваций	Проникновение кредитных инноваций на рынок	Насыщение рынка	Стабилизация и спад
Спрос на кредитные инновационные продукты на кредитном рынке со стороны корпоративных клиентов, ед.	84 953	87 502	86 652	85 802
Доля банковского института на рынке (занимаемая емкость рынка), %	33	38	36	34
Число потребителей банка,	28 035	33 250	31 194	29 172

всего, ед. В том числе:				
- число удержанных потребителей, ед.	21 026	25 602	24 643	22 754
- число новых потребителей, ед.	7 009	7 648	3 551	6 418
Доля удержанных потребителей, %	75	77	79	78
Объем кредитного портфеля банка (кредитный поток), млрд руб.	99,6	122,5	160,4	150,4
Кредитный портфель на одного удержанного клиента, млн руб.	3,78	3,8	5,2	5,2
Кредитный портфель на одного нового клиента, млн руб.	2,84	3,2	4,9	4,6
Расчетная процентная маржа банка на нового клиента, %	6,4	6,5	6,5	6,2
Расчетная процентная маржа банка на удержанного клиента, %	6,5	6,6	6,7	6,4
Расчетная процентная маржа в среднем по банку, %	5,2	5,2	5,2	5,2
Величина процентного дохода банка, млрд руб.	6,57	8,0	10,8	9,6
Расходы банка по кредитному инжинирингу и реализации маркетинговых стратегий всего, млрд руб.	0,12	0,10	0,09	0,08
В том числе:				
- маркетинговое исследование рынка и финансовых инноваций-конкурентов	0,06	0,03	0,03	0,02
- рекламная компания и PR				
- продвижение кредитных инноваций на рынок	0,04 0,02	0,05 0,02	0,04 0,02	0,04 0,01
Чистая прибыль банка от внедрения кредитных инноваций, млрд руб.	6,45	7,9	10,71	9,6
Норма прибыли инвестиций в маркетинг и кредитный инжиниринг, количество раз	53,7	79	119	119
Рентабельность банка по объему кредитного потока, %	6,4	6,4	6,6	6,3
Степень удовлетворенности потребительского спроса инновационными кредитными продуктами банка	Уверенность в том, что конкретные кредитные продукты и услуги соответствуют заявленным требованиям и клиентским ожиданиям (до 99% выборочной	Уверенность в функционально м, потребительско м и сервисном качестве инновационных банковских кредитных продуктов и услуг, высокой степени их	Оценка ожидаемых и фактических потребительских качеств ассортимента банковских кредитных продуктов и услуг, степень диффузии	Оценка степени предельной полезности кредитных продуктов и услуг, сравнение их сервиса с конкурентами, возможности их замены (менее 60%

	совокупности респондентов)	конкурентоспособности респондентов)	инноваций (свыше 90% выборочной совокупности респондентов)	выборочной совокупности респондентов)
Социально-экономическая эффективность кредитного инжиниринга и реализации маркетинговых стратегий банка	Уверенность участников рынка и общества в доступности кредита и кредитных продуктов, их экологической безопасности, возможном потенциале экономического роста	Уверенность в успешной реализации намеченных программ развития. Посредством внедрения и продвижения кредитных инноваций. Поведенческие ожидания участников рынка и общества в укреплении доверия к банковской системе	Сравнительная оценка ожидаемых и фактических результатов от реализации кредитных инноваций, степени их доступности, уровень экономического роста	Степень влияния инновационной активности банка на укрепление доверия к банковской системе страны

Стратегическими ориентирами деятельности банка до 2018 г. является повышение эффективности управления операционными расходами (их снижение до 40% в составе доходов банка), рост рентабельности до 20% и увеличение количества корпоративных клиентов до 50% [13].

Сбербанк России имеет сложную организационную структуру, которая позволяет ему присутствовать в каждом регионе России. На территории Краснодарского края располагается более 30 отделений банка, каждое из которых персонифицированно сотрудничает с корпоративными клиентами, являющимися системообразующими в экономике края. На стадии создания и проектирования финансовых инноваций банковский менеджмент составляет расчетный сценарий ожидаемых параметров:

- доля банковского института на рынке - 33%;
- объем кредитного портфеля - свыше 99 млрд руб.;
- доля чистых процентных доходов банка - 6,5 млрд руб.;

- доля расходов на реализацию кредитного инжиниринга и маркетинговых стратегий продаж -120 млн руб.;

- рентабельность кредитного потока - 6,4%.

На стадии проникновения кредитных инноваций на рынок прогнозируется:

- увеличение занимаемой банковским институтом доли рынка до 38%;

- рост объема кредитного портфеля до 122,5 млрд руб.;

- рост процентных доходов до 8 млрд руб.;

- рост рентабельности кредитного потока до 7,9%.

Планируется снижение расходов по кредитному инжинирингу и реализации маркетинговых стратегий продаж до 100 млн руб. Как видно, банковский институт проводит агрессивную стратегию проникновения финансовых инноваций на рынок.

Стадия насыщения рынка предложенными кредитными инновациями характеризуется тем, что рынок насыщен и устойчивого долгосрочного роста не прогнозируется. На этой стадии доля банковского института на рынке снижается до 36%. В то же время потребительский спрос на предложенные кредитные инновационные продукты еще существует. Наблюдается инерционный рост оценочных показателей: объем кредитного портфеля - до 160,4 млрд руб., величины процентного дохода - до 10,8 млрд руб., рентабельности кредитного потока - до 6,6%.

Для этой фазы жизненного цикла кредитной инновации характерен максимальный объем чистой прибыли банка от внедрения инноваций (до 10,7 млрд руб.). В результате реализации стратегии инновационного маркетинга банка и тактических действий на рынке кредитных услуг его менеджмент достигает заявленных ориентиров устойчивого развития.

С привлечением первоначальных и дополнительных затрат на проведение маркетинговых мероприятий и расходов по кредитному

инжинирингу увеличиваются доходы банка и показатели его рентабельности в соответствии с прогнозом движения кредитных потоков за счет удержания имеющихся и привлечении новых клиентов [9].

Главный критерий новизны продукта — это наличие таких характеристик, которые определяют предпочтительное отношение потребителей. Стоит отметить, что создание продуктовых банковских инноваций дает кредитной организации только временные конкурентные преимущества. Необходимо разрабатывать долгосрочные инновационные стратегии, так как в дальнейшем они становятся инструментом развития международной конкурентоспособности банка.

Рассмотрим несколько точек зрения некоторых ученых, которые выявили роль банков в контексте формирования финансовых инноваций и стимулирования экономического роста.

Так, Е. И. Депутатова, рассматривая проблемы формирования инновационной экономики, отметила, что развитию инноваций в России препятствует дефицит финансовых ресурсов. Была обоснована необходимость более активного использования банковских ресурсов для долгосрочного кредитования экономики. Отмечалось, что развитие системы регулирования банковских рисков невозможно без внедрения в практику банков финансовых инноваций, которые в силу институциональных и законодательных проблем еще не получили распространения. В этой связи особое внимание было уделено секьюритизации активов, а также структурированным финансовым продуктам банков, позволяющим удовлетворять специфические потребности клиентов за счет сочетания традиционных (облигации, депозиты, векселя) и производных (форварды, свопы, опционы, кредитные деривативы) финансовых инструментов. Данная задача, по мнению Е. И. Депутатовой, может быть решена путем квалифицированного структурирования сделок, позволяющего снижать кредитные риски.

К. В. Савчук отметил, что ориентация на инновационное развитие экономики России в условиях мирового финансового кризиса предъявляет повышенные требования к эффективности банковской деятельности, банковским технологиям и услугам, управлению рисками. Это определяет необходимость системного подхода к интеграции операционного риск-менеджмента с участием ключевых подразделений банка [8].

На современном этапе развития финансовых инноваций в российском банковском секторе, проявляются следующие направления:

- виртуализация финансовых инноваций (внедрение дистанционных каналов обслуживания, таких как интернет-банкинг, круглосуточная горячая линия, электронные технологии перевода денежных средств);

- технологизация финансовых инноваций (использование новейших разработок в области техники, совершенствование банковского оборудования, ускоряющего процесс работы);

- использование социальных связей и кругов общения для включения клиентов в работу банка, если им этого захочется. Краудсорсинг становится все более популярным, и примером тому — банк Widiba (Италия), попросивший клиентов разработать функциональные особенности своего нового мобильного банка [5].

Финансовые инновации становятся средством увеличения конкурентоспособности на банковском рынке, где каждый стремится занять лидирующие позиции, за счет предоставления новых, качественных и выгодных услуг. Активная реализация финансовых инноваций приводит к изменениям характера поведения кредитных организаций, которые меняют интенсивность конкуренции на банковском рынке [10].

Исследовательской компанией Gfk и международным исследовательским центром Marcs был проведен опрос в городах России с населением от 100 тысяч человек, в ходе которого выяснилось, какие из

выпускаемых инновационных услуг крупными банками в первой половине 2015 года клиенты считают для себя более привлекательными.

Таблица 2 - наиболее востребованные клиентами банковские инновации, реализованные в 2015 г.

Инновация	Оценка пользователей	Банк, внедривший инновацию
1. Пополнение собственной карты на сайте банка с карт сторонних банков	45 %	БИНБАНК
2. Оплата покупок одним касанием мобильного устройства к терминалу, находящего около кассы	39 %	Сургутнефтегаз
3. Смс-оповещения банка о начисленных платежах и штрафах.	33 %	БИНБАНК
4. Сканирование данных платежей и прочих документов через камеру смартфона, а не заполнение их вручную	29 %	Связной банк
5. Мгновенная выдача неименной пластиковой карты в отделениях банка	28 %	Альфа-банк
6. Обмен накопленных баллов на ж/д и авиа билеты, за проведение безналичных операций через пластиковую карту	26 %	Альфа-банк
7. Мобильное приложение от банка, в котором можно найти ближайшие отделения банка и банкоматы	19 %	БИНБАНК
8. Помощь банка в сборе документов для получения ипотечного кредита	15 %	Тинькофф Кредитные Системы
9. Информация о балансе банковского счета на экране iPhone	13 %	МДМ Банк
10. Перевод денежных средств на карты друзей в сети ВКонтакте	13 %	Банк Москвы, Промсвязьбанк
11. Авточаты – виртуальные роботы для консультации клиентов	10 %	Тинькофф Кредитные Системы

Пользователи банковских услуг в России посчитали самой популярной инновацией возможность пополнять свою карту в личном кабинете банка с карт сторонних банков. Второе место заняла оплата покупок одним касанием мобильного устройства к терминалу, а третье место получили смс-оповещения банка о штрафах и налогах.

На отечественном банковском рынке есть высокий потенциал внедрения финансовых инноваций, но в России пока недостаточно инновационных банковских продуктов. Существуют определенные препятствия, такие как слабая законодательная база и технологическая отсталость от Западных стран [6].

В настоящее время банки многих развитых стран переходят на дистанционное обслуживание клиентов. Все больше операций клиенты выполняют не в отделении банка, а через Интернет.

Доли пользователей интернет-банков, совершавших операции в интернет-банке за месяц, в зависимости от давности пользования интернет-банкингом:

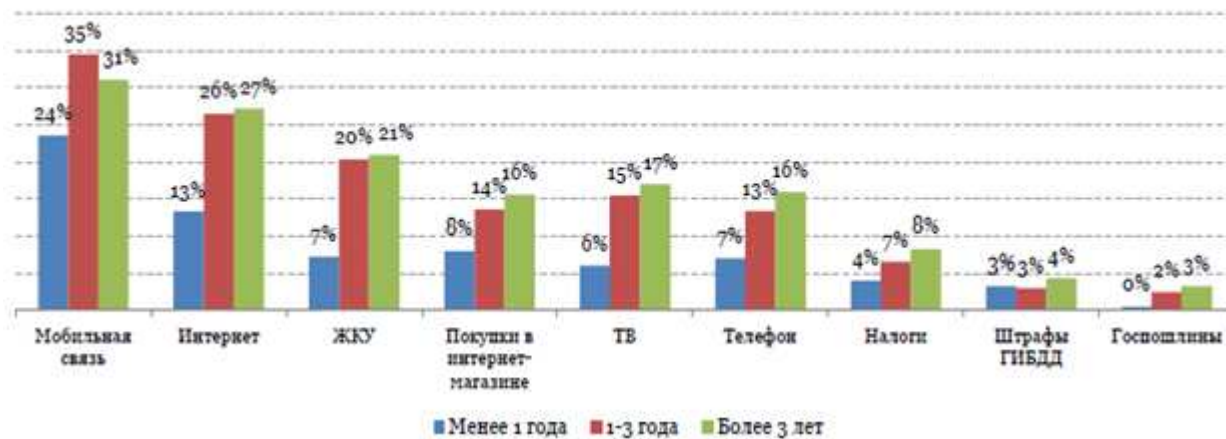


Рисунок 2 - Динамика долей пользователей, совершавших операции в интернет банке в зависимости от давности пользования интернет-банкингом.

Из рисунка 2 следует, что интернет-банкингом более 3 лет зачастую совершают больше операций через такую систему. Вероятно, это вызвано

появлением доверия к интернет-банкингу и пониманием того, на сколько значительно это экономится их время. Из вышесказанного следует, что рынок банковских интернет-услуг в России стремительно развивается и в ближайшие годы объем предложения услуг интернет-банкинга на рынке услуг вырастет как минимум в два раза.

Карта «Мир» появилась в 2015 году и это можно смело назвать инновацией. Её оператором является Акционерное общество «Национальная система платежных карт», а учредителем – Центральный Банк Российской Федерации.

Платежные карты «Мир» были выпущены для замены, а впоследствии и для существенного «потеснения» банковских карт VISA и MasterCard. Национальная карта будет обязательно выдаваться всем льготникам и бюджетникам. В настоящее время (примерно с 2010 г.) количество карт стремительно возрастает.

Таблица 3 - Динамика численности банковских карт

Год	Число «кредиток», тыс. шт.	Число расчетных карт с возможностью пользования овердрафтом, тыс. шт.
2016	30 144	34 230
2015	29 464	37 621
2014	31 761	39 726
2013	29 189	39 463
2012	22 483	31 788
2011	15 026	25 833
2010	10 047	22 452

Таким образом, проанализировав всё вышесказанное, можно сделать вывод, что инновации способствуют росту экономики, развитию и структурным сдвигам. Инновационная банковская система в России только начинает формироваться. Чтобы оказаться на высоком уровне инновационного развития, российским банкам необходимо, опираясь на опыт ведущих иностранных и прогноза их

инновационного развития определять приоритетные направления развития банковской техники.

Чтобы выстоять в конкурентной борьбе, банкам нужно решить следующие задачи:

- повысить гибкость и адаптивность к рынку,
- автоматизировать банковские процессы, использовать новые компьютерные технологии, виртуальные банковские и финансовые технологии,
- перейти на дистанционное обслуживание, использование Интернет-банкинга,
- создать и внедрить новые банковские продукты или услуги на основе новых технологий,
- комплексно использовать новые информационные и коммуникационные технологии для электронного маркетинга,
- внедрять инновации в области форм и методов управления, изменения в квалификации работников.

Таким образом, инновации в банковской сфере в условиях глобализации - настоятельная необходимость для российских банков. Для успешного участия в конкурентной борьбе, российским банкам нужно ориентироваться только на самые передовые технологии и продукты.

Список литературы

1. О залоге: ФЗ РФ от 29.05.1992 г. [Электронный ресурс]. — <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=law;n=522>
2. Федеральный закон «О банках и банковской деятельности» от 02.12.90 г. № 395 – ФЗ (в ред. от 05.04.2016 г.) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5842/75e579c7ec40a978e406083ac2bfd713521740f1/
3. Положение «О правилах осуществления перевода денежных средств» от 19.06.2012 № 383-П (ред. от 06.11.2015) [Электронный ресурс]. — http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_131829/373ee330758c2c5369484b83fa46aaf50f72efd9/#dst100008

4. Положение ЦБР от 24 декабря 2004 г. N 266-П "Об эмиссии платежных карт и об операциях, совершаемых с их использованием" [Электронный ресурс]. — <http://base.garant.ru/12139363/#ixzz48Yb8u6oc>
5. Кредитные инновации как фактор повышения конкурентоспособности российских банков [Электронный ресурс]. — <http://bankir.ru/publikacii/20160226/desyat-samykh-populyarnykh-napravlenii-bankovskikh-innovatsii-10007260/>
6. Лаврушин, О.И. Банковская система в современной экономике: учеб. пособие / под ред. О.И. Лаврушина. – М.: КНОРУС, 2014. [Электронный ресурс]. — http://uchebnik-online.com/soderzhanie/textbook_134.html
7. Подложёнов, И. М. Рынок инновационных кредитных продуктов в России: проблемы и перспективы / И.М. Подложёнов // известия ПгПу им. в. г. Белинского. - 2012. - №. 28. — С. 468–476
8. Роль банков в инновационном развитии экономики России [Электронный ресурс]. — https://www.cbr.ru/publ/MoneyAndCredit/krasavina_10_09.pdf
9. Родин Д.Я. , Сурина И.В. Формирование и продвижение финансовых инноваций банковского института на банковском рынке кредитных услуг / Д.Я. Родин , И.В. Сурина// Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2015. [Электронный ресурс]. — <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-i-prodvizhenie-finansovyh-innovatsiy-bankovskogo-instituta-na-bankovskom-rynke-kreditnyh-uslug>
10. Уткин Э.А. Банковский маркетинг: учеб.пособие 2-е изд. / Э.А. Уткина. - М.: ИНФРА-М, 2012. — С. 304
11. Электронные инновации в банковской сфере [Электронный ресурс]. — <http://web.snauka.ru/issues/2016/12/76413>

References

1. О залоге: FZ RF от 29.05.1992 г. [Jelektronnyj resurs]. — <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=law;n=522>
2. Federal'nyj zakon «O bankah i bankovskoj dejatel'nosti» ot 02.12.90 g. № 395 – FZ (v red. ot 05.04.2016 g.) [Jelektronnyj resurs]. — Rezhim dostupa: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5842/75e579c7ec40a978e406083ac2bfd713521740f1/
3. Polozhenie «O pravilah osushhestvlenija perevoda denezhnyh sredstv» ot 19.06.2012 № 383-P (red. ot 06.11.2015) [Jelektronnyj resurs]. — http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_131829/373ee330758c2c5369484b83fa46aaf50f72efd9/#dst100008
4. Polozhenie CBR ot 24 dekabrja 2004 g. N 266-P "Ob jemissii platezhnyh kart i ob operacijah, sovershaemyh s ih ispol'zovaniem" [Jelektronnyj resurs]. — <http://base.garant.ru/12139363/#ixzz48Yb8u6oc>
5. Kreditnye innovacii kak faktor povyshenija konkurentosposobnosti rossijskih bankov [Jelektronnyj resurs]. — <http://bankir.ru/publikacii/20160226/desyat-samykh-populyarnykh-napravlenii-bankovskikh-innovatsii-10007260/>
6. Lavrushin, O.I. Bankovskaja sistema v sovremennoj jekonomike: ucheb. posobie / pod red. O.I. Lavrushina. – М.: KNORUS, 2014. [Jelektronnyj resurs]. — http://uchebnik-online.com/soderzhanie/textbook_134.html
7. Podlozhjonov, I. M. Rynok innovacionnyh kreditnyh produktov v rossii: problemy i perspektivy / I.M. Podlozhjonov // izvestija PgPu im. v. g. Belinskogo. - 2012. - №. 28. — S. 468–476
8. Rol' bankov v innovacionnom razvitii jekonomiki Rossii [Jelektronnyj resurs]. — https://www.cbr.ru/publ/MoneyAndCredit/krasavina_10_09.pdf

9. Rodin D.Ja. , Surina I.V. Formirovanie i prodvizhenie finansovyh innovacij bankovskogo instituta na bankovskom rynke kreditnyh uslug / D.Ja. Rodin , I.V. Surina// Finansovaja analitika: problemy i reshenija. – 2015. [Jelektronnyj resurs]. — <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-i-prodvizhenie-finansovyh-innovatsiy-bankovskogo-instituta-na-bankovskom-rynke-kreditnyh-uslug>
10. Utkin Je.A. Bankovskij marketing: ucheb.posobie 2-e izd. / Je.A. Utkina. - M.: INFRA-M, 2012. — S. 304
11. Jelektronnye innovacii v bankovskoj sfere [Jelektronnyj resurs]. — <http://web.snauka.ru/issues/2016/12/76413>