ИССЛЕДОВАНИЕ

Флигинских Т.Н.[1], **Тарасова Т.Ю.**[1]

[1] *Белгородский государственный национальный исследовательский университет*

Факторы, определяющие развитие инноваций в виде новых банковских продуктов

АННОТАЦИЯ:
В статье обсуждаются актуальные вопросы развития новых банковских продуктов. В результате сравнения и обобщения различных мнений ведущих ученых-экономистов выделены основные факторы, влияющие на появление и распространение данного вида банковских инноваций. Анализируются причины, сдерживающие внедрение новых банковских продуктов в России. По материалам проведенного исследования авторы предлагают собственный перечень факторов, которые банкам следует учитывать еще на этапе разработки новых банковских продуктов для дальнейшего прогнозирования конечного результата инновационной деятельности.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *банки, банковские инновации, новые банковские продукты, факторы влияния*

JEL: *G21, L21, O22, O30*

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ:
Флигинских Т.Н., Тарасова Т.Ю. Факторы, определяющие развитие инноваций в виде новых банковских продуктов // Креативная экономика. — 2016. — Т. 10. — № 10. — С. 1157–1168. — doi: 10.18334/ce.10.10.36906

Флигинских Татьяна Николаевна, доктор экономических наук, доцент; профессор кафедры финансов, инвестиций и инноваций, Белгородский государственный национальный исследовательский университет

Тарасова Татьяна Юрьевна, аспирант кафедры финансов, инвестиций и инноваций, Белгородский государственный национальный исследовательский университет; главный персональный менеджер, Банк «ВТБ 24» (tatynatarasova@gmail.com)

ПОСТУПИЛО В РЕДАКЦИЮ: 19.10.2016 / ОПУБЛИКОВАНО: 31.10.2016

ОТКРЫТЫЙ ДОСТУП: http://dx.doi.org/10.18334/ce.10.10.36906

(с) Флигинских Т.Н., Тарасова Т.Ю. / Публикация: ООО Издательство "Креативная экономика"

Статья распространяется по лицензии Creative Commons CC BY-NC-ND (http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/)

ЯЗЫК ПУБЛИКАЦИИ: русский

Введение

Модернизация банковского сектора неразрывно связана с внедрением новых банковских продуктов. Зачастую необходимость внесения новшеств в банковскую деятельность диктует сама реальность. Сегодня люди стали более информированными, избирательными, мобильными, активно пользуются интернетом. Клиенты предъявляют к банкам повышенные требования, что побуждает последних стремиться к росту качества обслуживания и разнообразию банковских продуктов для удовлетворения растущих запросов. В связи с этим в последние годы количество новых банковских продуктов и скорость их доставки до потребителя увеличились многократно.

На появление и развитие новых продуктов в банковской сфере влияют различные факторы, которые могут не только способствовать инновационной деятельности, но и препятствовать. В контексте этой ситуации актуальным и необходимым становится выявление факторов, под воздействием которых происходит развитие новых банковских продуктов. Опираясь на исследования различных ученых в области банковских инноваций, постараемся привести к упорядоченной структуре весть спектр факторов влияния и определить, какие из них наиболее активно способствуют внедрению новых банковских продуктов, а какие препятствуют им.

В основе создания новых банковских продуктов, как отмечает В.К. Друзь, лежат определенные теоретико-методологические предпосылки. По мнению автора, «в настоящее время формируется новая парадигма инновационного развития экономики, инновации становятся не просто явлением, определяющим экономический рост, а сутью современного развития всей экономики в целом, в том числе и банковской сферы. В результате, банковские инновации, предусматривающие создание новых банковских продуктов, составляют часть всеобщего потока инноваций, которые уже стали типичными для современной экономики» [3].

В подтверждение данных слов Д.С. Осипов обращает внимание на информационные технологии, ставшие всеобщей средой ведения бизнеса и активно использующиеся банками [9]. На базе новых информационных технологий создаются новые банковские услуги и продукты, осуществляются безналичные расчеты, управление банковскими счетами, сбор, хранение и аналитическая обработка внутрибанковской информации, заключаются сделки на финансовых

биржах и многое другое. В результате глобального проникновения компьютерных технологий во все сферы человеческой жизни произошло изменение традиционного облика банка в целом. Сегодня все успешные финансово-кредитные учреждения организуют свою деятельность по принципу многоканальности, сочетая традиционные формы обслуживания с новыми (дистанционное обслуживание, телефонные центры, самообслуживание через автоматы и терминалы). Без сомнений, в ближайшем будущем дистанционное банковское обслуживание клиентов на основе передовых интернет-технологий станет основной формой оказания банковских услуг.

В.С. Просалова также считает развитие дорогостоящих банковских технологий одной из причин появления новых банковских продуктов. Ведь именно научно-технический прогресс, который во всем мире признан важнейшим фактором экономического развития, лежит в основе банковских инноваций. Второй причиной, по ее мнению, является конкуренция между банками. Для выживания в условиях рынка им необходима нестандартность, неординарность и многовариантность предлагаемых банковских продуктов, и, конечно же, внедрение инноваций в свою деятельность. В-третьих, отношения банков с клиентами в настоящее время строятся на принципах партнерства. В связи с этим банки заботятся не только о сохранении, но и о росте капитала клиентов, предлагая им новые продукты, которые направлены на расширение финансово-хозяйственной деятельности, снижение издержек, развитие деловой активности и повышение ее доходности [10].

В.А. Кондрашов связывает возникновение новых банковских продуктов в России со следующими тенденциями:

– непрерывное движение предпринимательской мысли и стремление обойти конкурентов. Так как современный этап развития российской банковской системы характеризуется высокой насыщенностью рынка финансовыми продуктами, что порождает интенсивную конкуренцию между кредитными организациями. В этих условиях преимущество получают банки, способные модернизировать свой продуктовый ряд на основе инновационных разработок;

– кризис, периодически возникающий в банковской сфере, который служит стимулом к генерации финансовых идей и повышению финансовой устойчивости банка;

– успешный опыт функционирования финансового рынка за рубежом, который позволяет заимствовать информацию о банковских

нововведениях в других странах. В настоящем времени инновационная деятельность отечественных банков носит преимущественно догоняющий характер по отношению к банкам развитых западных стран, ведь темп инновационного процесса зависит от макроэкономической ситуации в стране и в целом мире [8].

Мы согласны с вышеназванными авторами в том, что высокий уровень конкуренции между банками на сегодняшний день является одним из факторов, обуславливающих появление новых банковских продуктов. Банки вынуждены разрабатывать новые банковские продукты, в которых заинтересован клиент, для удовлетворения постоянно изменяющихся требований рынка. Несомненно, возможность своевременно реагировать на рыночные изменения и инициировать инновационные процессы становится для банка критерием существования на рынке [12].

В своей диссертации Е.А. Кальсина особое внимание уделяет глобализации как важнейшему фактору, оказывающему значительное влияние на развитие новых банковских продуктов. Под воздействием глобализации происходит ускорение и усложнение всех экономических явлений и процессов. В результате возникают новые сферы деятельности и появляется объективная потребность в новых банковских услугах и продуктах для заполнения образовавшейся новой ниши в финансово-экономических отношениях [7].

Совместно с Д.С. Вахрушевым данный автор отмечает, что вследствие глобализационных процессов становится возможным приход успешных иностранных банков на национальные банковские рынки, что также ведет к росту количества и качества банковских продуктов, побуждает национальные банки к инновационному развитию [2]. То есть мировая тенденция глобализации экономики способствует процессу заимствования национальными кредитными организациями успешных зарубежных инновационных банковских продуктов. К тому же проникновение зарубежных банков зачастую осуществляется в форме участия в капитале отечественных банков, в итоге последние получают дополнительные финансовые возможности для внедрения инноваций.

Аналогичной точки зрения придерживается А.А. Егорова и обозначает следующие факторы, способствующие развитию и внедрению новых продуктов в банковской сфере:

– растущая инновационность банковской деятельности под влиянием всеобщей глобализации, что ведет к увеличению не только

количества банковских продуктов, но и их доступности и качества на основе использования лучших навыков управления, более эффективных процедур и новейших информационных систем;

– постоянное изменение и совершенствование нормативно-правового регулирования банковской деятельности;

– повышенный спрос потребителей на инновационные банковские продукты, связанный с возросшей информированностью и требовательностью самих клиентов;

– стабилизация экономической конъюнктуры в целом;

– трансформация каналов информационного взаимодействия между клиентами и банками и прочее [5].

Стоит отметить, что отдельные из названных факторов применительно к отечественному банковскому сектору могут выступать не только стимулами, но одновременно и помехами на пути внедрения банковских инноваций. К примеру, законодательные акты Центрального банка РФ, являясь рамочными условиями, ограничивают банковскую деятельность, в том числе и инновационную. Это объясняется тем, что ЦБ РФ стремится к стабильному и безопасному функционированию всей банковской системы. К тому же деятельность кредитных организаций затрагивает права их клиентов (физических и юридических лиц), в связи с чем ЦБ РФ тщательно контролирует их соблюдение, поэтому проводимая банками инновационная политика должна полностью соответствовать нормативным требованиям ЦБ РФ.

А хорошо проработанные законопроекты должны служить основой для развития инновационной деятельности, направлять и стимулировать ее. Однако, как подчеркивают В.Г. Закшевский и А.О. Пашута, на данный момент российская законодательная база характеризуется своим несовершенством, что выступает ограничивающим фактором при внедрении новых банковских продуктов [6].

Особое внимание М.Н. Дьячков акцентирует на причинах, сдерживающих развитие новых банковских продуктов, связанных со знанием. К ним можно отнести человеческие ресурсы, их уровень образованности, опыт работы, желание участвовать в инновационном процессе, осваивать новые знания. Ведь для разработки и внедрения новых продуктов в банковскую деятельность требуются достаточно квалифицированные кадры, без их наличия невозможно осуществление инновационных преобразований. Поэтому недостаточно квалифицированный персонал, низкий уровень его инновационного потенциала

либо дефицит самого персонала для проведения инновационных процессов зачастую сдерживают большинство инноваций [4].

Н.В. Самочетова также считает слабую инновационную активность персонала еще одной проблемой, препятствующей развитию новых банковских продуктов. Банкам на современном этапе следует активно стимулировать своих сотрудников к генерации и разработке инновационных идей. Для этого возможно создание специальных отделов, курирующих инновационное развитие банка, либо систем анонимных предложений и открытых конкурсов между сотрудниками с поощрениями [11].

А.А. Тимченко указывает, что инновационные процессы в банке обусловлены финансовыми факторами, которые являются ключевыми. От них напрямую зависят возможности кредитной организации по привлечению и использованию дополнительных источников финансирования, ведь для любых инноваций необходимы достаточно большие объемы денежных средств. Так, недостаточное внешнее финансирование, или нехватка собственных финансовых средств, или очень высокая стоимость проекта могут стать непреодолимыми препятствиями на пути развития новых банковских продуктов [13].

Помимо финансовых возможностей, для разработки и внедрения новых банковских продуктов, на наш взгляд, важны также технологические возможности самой кредитной организации и соответствующей среды, где планируется распространение продукта. К примеру, для продвижения нового вида банковской карты на территориальный рынок, неохваченный ранее (как удаленные географические районы нашей страны), нужно наличие развитой инфраструктуры. Банк должен иметь разветвленную сеть банкоматов, терминалов для самообслуживания клиентов по данным картам; банковские сотрудники должны быть обеспечены специализированными кардридерами для работы с пластиковыми картами в офисе; в торгово-сервисных предприятиях района должны быть установлены POS-терминалы для приема к оплате платежных карт; для нормального функционирования всех перечисленных электронных устройств необходимы бесперебойные интернет-соединение и энергоснабжение. При отсутствии названного обеспечения продвижение новой банковской карты на планируемый рынок может стать проблематичным просто из-за нереальности ее использования клиентами. То есть ограниченные технологические возможности

являются фактором, сдерживающим развитие новых банковских продуктов.

В отдельную группу, по нашему мнению, можно выделить факторы влияния, связанные с рисками. Ведь разработка и внедрение новых банковских продуктов относятся к наиболее рисковым мероприятиям, на которые может решиться кредитная организация. В банковском бизнесе риски особенно высоки, так как в этой сфере конкурентам легче воспроизвести те же самые услуги и продукты, чем предприятиям производственных отраслей, где действует патентная защита [1].

К тому же инновационная деятельность банков характеризуется высоким уровнем неопределенности. Существует неопределенность сроков инновационного процесса, зависящая от целого ряда политических, финансовых и прочих условий. Всегда имеется риск, справятся ли банковские сотрудники и сторонние исполнители с возложенными на них обязанностями в процессе разработки и внедрения новшества. Неопределенный спрос на инновационные услуги и продукты обусловлен степенью восприимчивости клиентов банка к нововведениям. Если у кредитной организации нет уверенности, что новый банковский продукт будет иметь достаточный спрос на финансовом рынке, то она может отложить реализацию инновационного проекта на будущее либо вообще отказаться от него, ведь неудача нового продукта грозит банку убытками. Следовательно, от рисков неопределенности зависит, будет ли банк заниматься инновационной деятельностью или нет. А высокая вероятность реализации существующего риска банковских инноваций выступает фактором, тормозящим развитие новых банковских продуктов.

Обобщая вышесказанное, можно выделить основные, на наш взгляд, факторы, определяющие развитие новых банковских продуктов. К ним можно отнести следующие:

– макроэкономические факторы, обусловленные экономическими условиями в стране и в мире в целом, растущей глобализацией и, конечно, межбанковской конкуренцией;

– нормативно-правовые факторы, опирающиеся на законодательную базу страны;

– финансовые факторы, влияющие на обеспеченность кредитной организации финансовыми средствами для инноваций;

– кадровые факторы – непосредственно человеческие ресурсы, уровень их квалификации, инновационной активности;

– риски неопределенности, охватывающие все риски, связанные с разработкой и внедрением новых банковских продуктов, и являющиеся сдерживающим фактором;

– технологические факторы, включающие стремительное движение научно-технического прогресса, появление новых банковских технологий, а также информационное, программное, техническое обеспечение банка и среды распространения продукта.

Весь спектр факторов, влияющих на развитие новых банковских продуктов, мы считаем целесообразным рассматривать с точки зрения их происхождения (внутренняя или внешняя среда). К внутрибанковским или внутренним однозначно относятся кадровые факторы. Среди внешних факторов можно назвать макроэкономические и нормативно-правовые условия. Стоит отметить, что отдельные факторы в зависимости от конкретной ситуации могут являться как внутренними, так и внешними. К таковым принадлежат финансовые, технологические факторы и риски неопределенности. К примеру, финансовые возможности кредитной организации предстают как внутренний фактор при собственном финансировании инноваций и как внешний фактор при использовании внешнего заимствования.

Схематично представим влияние основных факторов на развитие новых банковских продуктов на *рисунке*.

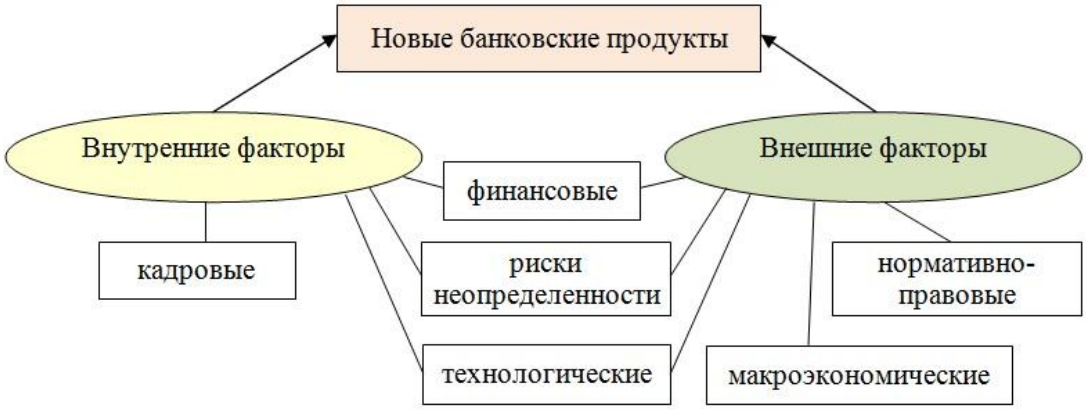


Рисунок. Факторы, влияющие на развитие новых банковских продуктов
Источник: составлено автором.

Разграничение выделенных факторов на внутренние и внешние обосновано тем, что оно дает четкое представление об источнике их

происхождения и возможностях воздействия на него. Это позволяет банковским сотрудникам в рабочей обстановке осознать, могут ли они контролировать данные факторы, определить степень их влияния на инновационную деятельность банка и, в конечном итоге, прогнозировать результат. Ведь внешние факторы находятся вне сферы контроля отдельно взятого банка, однако внутренние факторы полностью зависят от возможностей и действий самой кредитной организации.

Таким образом, четкое определение факторов, влияющих на развитие новых банковских продуктов, способствует правильному выбору концепции их разработки, а также дальнейшему успешному внедрению и продвижению на рынок.

Текущая ситуация на отечественном банковском рынке показывает, что в последние годы банки стали достаточно интенсивно внедрять в свою практику различные банковские инновации, в том числе новые банковские продукты. Это позволяет кредитным организациям расширить свой ассортиментный ряд, удовлетворить новые потребности клиентов, улучшить свои конкурентные позиции, получить выход на новые рынки. Однако, несмотря на высокую значимость банковских инноваций для развития банков, их использование в России пока не приобрело желаемый массовый характер. Это объясняется тем, что на сегодняшний момент более стремительному внедрению банковских инноваций в нашей стране препятствует целый ряд факторов. Основными из них являются финансовые трудности, обусловленные высокой стоимостью нововведений и сложностью поиска источников их финансирования. При существующих высоких рисках, присущих разработке и внедрению новых банковских продуктов, довольно проблематичным становится получение дополнительных денежных средств путем внешнего заимствования из-за нежелания инвесторов и кредиторов идти на излишний риск, а собственных средств на дорогостоящие проекты зачастую не хватает.

В настоящее время сдерживающий характер носят также макроэкономические факторы, имеющие общие закономерности с развитием финансового рынка. Ведь в нестабильных условиях финансово-экономического кризиса любые незапланированные изменения, такие как резкие колебания процентных ставок или курсов валют, могут радикально повлиять на возможное соотношение между доходами и расходами от новых продуктов. Поэтому банки опасаются проводить инновации из-за

нестабильности российской экономики и невозможности спрогнозировать эффект от их внедрения.

Немаловажным остается влияние нормативно-правовых факторов, тормозящих распространение новых банковских продуктов в нашей стране. Слабость законов по защите права собственности, существующие налоговые асимметрии, многочисленные ограничивающие законодательные акты, стандарты, нормативы, предписания становятся помехами на пути банковских инноваций. Необходимо совершенствование законодательной базы, чтобы она выступала гарантом юридической защиты интересов сторон в сделках, обеспечивала рациональное налогообложение, учет и контроль операций с новыми финансовыми инструментами и могла бы стать основой для разработки и внедрения новых банковских продуктов. В общем, на современном этапе инновационная деятельность отечественных банков имеет догоняющий характер по отношению к банкам развитых западных стран.

Заключение

Изучение развития новых банковских продуктов показало зависимость данного процесса от целого ряда внешних и внутренних факторов: макроэкономических, нормативно-правовых, финансовых, кадровых, технологических, рисков неопределенности. При этом успех банковских новшеств в большей степени определяется внешними факторами, находящимися вне контроля отдельной банковской фирмы. Поэтому еще на стадии разработки новых банковских продуктов кредитным организациям следует четко определить все факторы, влияющие на них, и степень их воздействия для возможности прогнозирования конечного результата. Однако существующий риск, сложность нововведений и их высокая стоимость не должны стать преградой для их реализации. Ведь именно инновации дают возможность коммерческим банкам не только выживать в настоящих обстоятельствах, но и повышать свой профессионализм и тем самым надежность и устойчивость банковской системы России в целом.

ИСТОЧНИКИ:

1. *Безуглый Э.А.* Банковская инновация как процесс модернизации деятельности банка // Успехи современной науки и образования. – 2016. – Т. 2. – № 3. – С. 26-27.

2. *Вахрушев Д.С., Кальсина Е.А.* Влияние глобализационных процессов на инновационность банковской деятельности и факторы инновационных изменений

в банковской системе России // Интернет-журнал Науковедение. – 2013. – № 6. – С. 15.

3. *Друзь В.К.* Новые услуги и инновационные технологии коммуникации в банковском секторе // Известия Пензенского государственного педагогического университета им. В.Г. Белинского. – 2011. – № 24. – С. 266-271.

4. *Дьячков М.Н.* Факторы, затормаживающие развитие инновационных проектов в банковских системах и их классификация // Актуальные вопросы экономических наук. – 2013. – № 34. – С. 71-74.

5. *Егорова А.А.* Проблемы и препятствия внедрения инноваций в банковском бизнесе // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2015. – № 2. – С. 326-329.

6. *Закшевский В.Г., Пашута А.О.* Теоретические аспекты развития инновационных банковских продуктов на современном этапе // Вестник Воронежского государственного аграрного университета. – 2015. – № 3. – С. 214-220.

7. *Кальсина Е.А.* Банковские инновации в условиях глобализации экономики: Автореф. дис. … к.э.н.: 08.00.10. – Москва, 2015. – 24 с.

8. *Кондрашов В.А.* Тенденции развития банковских инноваций в современной России // Российское предпринимательство. – 2012. – № 8. – С. 101-105.

9. *Осипов Д.С.* Факторы, определяющие необходимость создания инновационных банковских продуктов // Банковские услуги. – 2013. – № 2. – С. 20-31.

10. *Просалова В.С., Никитина А.А.* Понятие банковских инноваций и их классификация // Интернет-журнал Науковедение. – 2013. – № 1. – С. 40.

11. *Самочетова Н.В.* Банковские инновации как фактор развития банковской системы России // III Международный конкурс научных работ студентов и аспирантов: март-май 2014 года [Электронный ресурс]: Сборник статей. – М.: Финуниверситет, 2014. – 1213 с. – Режим доступа: http://elib.fa.ru/fbook/MNKRSA-3.pdf

12. *Тарасова Т.Ю.* Новые банковские продукты как способ конкурентной борьбы // Конкурентоспособность экономики в эпоху глобализации: российский и международный опыт: Сборник материалов конференции. – Белгород: ООО «ЭПИЦЕНТР», 2015. – 200 с. – С. 57-60.

13. *Тимченко А.А.* Современные направления развития финансовых инноваций в банковском деле // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2012. – № 83. – С. 596-605.

Флигинских Т.Н., Тарасова Т.Ю. Факторы, определяющие развитие инноваций в виде новых банковских продуктов // Креативная экономика. — 2016. — Т. 10. — № 10. — С. 1157–1168. — doi: 10.18334/ce.10.10.36906

Tatiana N. Fliginskikh, Doctor of Science, Economics, Associate Professor; Professor, Chair of Finance, Investments and Innovations, Belgorod National Research University
Tatiana Yu. Tarasova, Postgraduate, Chair of Finance, Investments and Innovations, Belgorod National Research University; Senior Personal Manager, VTB24 Bank

Factors that determine development of innovations in form of new banking products

ABSTRACT
The article discusses actual issues of the new banking product development. As a result of comparison and generalization of various opinions of economist researchers the main factors that have the effect on emergence and distribution of this kind of banking innovations are determined. Reasons that restrain introduction of new banking products in Russia are analyzed. Upon materials of the study made, the authors suggest their own list of factors that banks ought to take into account as early as at the stage of new banking product development to further predict the final result of the innovative activity.
KEYWORDS: banks, banking innovations, new banking products, impact factors