

УДК 336.7

**ВНЕДРЕНИЕ БАНКОВСКИХ ИННОВАЦИЙ В РОССИЙСКОЙ
ПРАКТИКЕ**

Меркулова С.В.

магистрант 2 года обучения, Академия экономики и управления
ЧОУ ВО ЮУ (ИУБиП),
Современные направления развития финансовой системы региона

Коханова В.С.

к.э.н., доцент, руководитель Академии экономики и управления
ЧОУ ВО ЮУ (ИУБиП)

В условиях непрерывно развивающихся информационных технологий, банкам для сохранения конкурентоспособности необходимо создавать разрабатывать новые направления развития.

ИННОВАЦИИ, БАНКОВСКИЙ ПРОДУКТ, НЕОБАНК, БАНК-ЧЕЛЛЕНДЖЕР.

**IMPLEMENTATION OF BANKING INNOVATIONS IN RUSSIAN
PRACTICE**

Merkulova S.V.

master's degree 2 years, Academy of Economics and management
PEI HE SU (IMBL),
financial system of the region

Kohanova V.S.

Can.ec.s., associate professor, the head of the Academy Economics and
management

Abstract: in the context of the continuous development of technology, banks need to develop new directions for developing their competitiveness.

INNOVATION, BANKING PRODUCT, NEOBANK, THE BANK-CHELANGER.

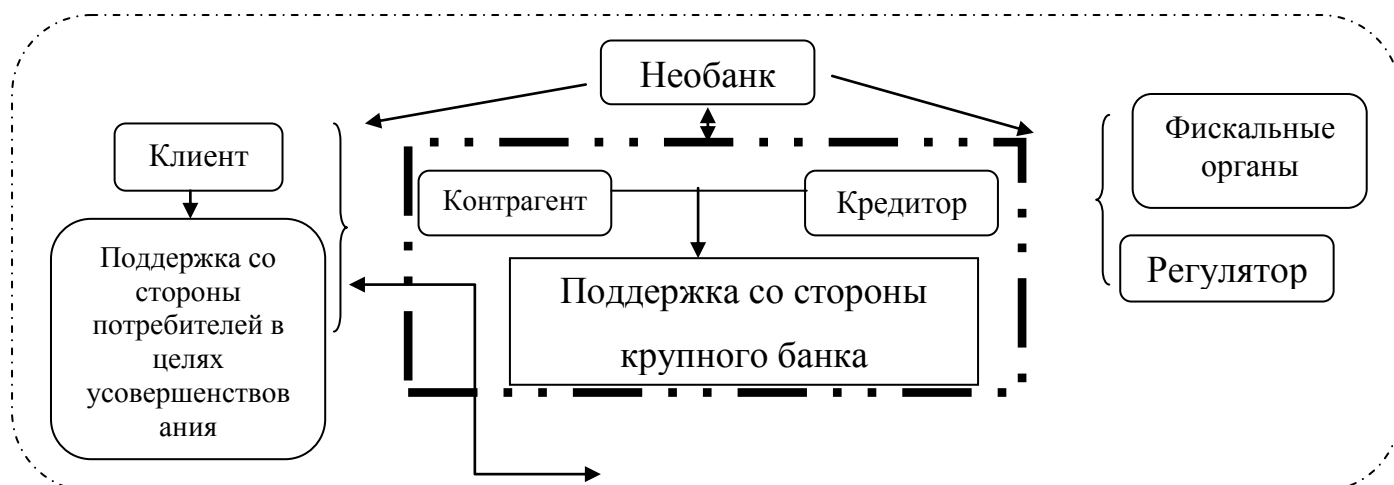
Современные условия развития банковского рынка и запросы клиентов требуют разработки новых банковских продуктов/услуг. Для разработки нового продукта/услуги нужны определенные ресурсы, знания, организация работ, поэтому можно говорить об определенной технологии. Данная

технология – значительный шаг в формализации работы банка, ее применение имеет большое значение и выгоды для банка.¹

Под влиянием цифровых технологий банковский рынок переживает существенную трансформацию. Клиентам нужны удобные и доступные финансовые сервисы, которые будут адаптированы под их потребности. На этом фоне жизненно важным для банков становится внедрение инноваций. Именно поэтому следует начинать рассматривать банк не только как офис с множеством служащих, а как электронную систему, способную их заменить.

С этой целью мы приступим к рассмотрению необанков, способных достичь главной цели – упростить, модернизировать банковскую систему в целом.²

Во всем мире уже существуют банки, у которых нет офисов «для клиентов». Это банки-челленджеры, их мало, популярность у них не самая высокая, но за ними будущее.



¹Исаев Р.А., Методика разработки новых банковских продуктов и услуг и ее практическое применение // Организация продаж банковских продуктов. — 2016. — №3.

²нео-банками принято называть те финансовые структуры, которые предлагают технологичные банковские услуги в партнерстве с традиционными банками. Фактически нео-банк является своеобразной финтех-оболочкой традиционного банка. (подробнее см. Ю. Земцова цифровые банки: кто на свете всех крупнее? // <https://www.if24.ru/tsifrovye-banki/> (дата обращения 12.04.2018).



Рисунок 1 – Модель взаимодействия и взаимовлияния небанка и контрагентов

Данный банк представляет собой полностью технологическую платформу, существующую только в сети Интернет. Их жизнеспособность на современном этапе основывается на поддержке, получаемой от традиционных банков, они получают банковскую лицензию и могут продавать свои продукты клиентам. В России, несмотря на распространенное мнение о консервативности взглядов, позитивно примут появление возможности вести дела с банком только по сети, не выходя из дома и не выстаивая очереди.

В первую очередь важно рассмотреть модель взаимодействия и взаимовлияния небанка и его потенциальных контрагентов (рисунок 1).

Любой небанк (банк-челленджер) может похвастаться удобным колл-центром, ведь это практически основа его работы. Поэтому специалиста такого центра должны подбирать индивидуальную линию общения с клиентом.

Комиссии являются важнейшим источником дохода для небанков. Даже принимая во внимание тот факт, что большинство стартапов в отрасли используют в качестве маркетингового трюка для привлечения новых пользователей полное отсутствие комиссионных, это утверждение не совсем верно, так как они получают часть межбанковской комиссии (комиссия, которая взимается с каждой операции по банковским картам и делится между банком-эмитентом, банком-эквайером, который проводит транзакцию, платежной системой и другими участниками системы).

В обзоре Challenger banking annual results компании KPMG отмечается, что только в Великобритании общая прибыль челленджер-банков выросла на £194 млн и продолжает расти примерно на 30% в год, в то время как у британской «большой банковской пятерки» падение по этому показателю составило £5,6 млрд. При этом, в число пяти крупнейших розничных банков Британии входят такие структуры, как HSBC, Barclays Bank, Lloyds Bank, The Royal Bank of Scotland и британское подразделение банка Santander.³

Так как данного рода банк существует по большей части в «виртуальности», то и уровень качества технологий предоставления услуг должен быть соответствующим.

Небанки более гибкие и креативные в создании партнерств с небанковскими организациями, что позволяет им повышать прибыльность и снизить зависимость от основных источников доходов. Поэтому банкам-челленджерам необходимо предлагать более перспективные продукты. Зарубежный опыт функционирования небанков показывает, что они сосредоточены в основном на нишевых продуктах/услугах. Для этого стоит зарекомендовать себя на рынке и расширить клиентскую базу, это – первый этап. Опять-таки, на первых порах небанки будут искать поддержку у крупных банков, прежде чем они сами смогут вести независимую работу.

³ Challenger banking annual results . [Электронный документ]. <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/pdf/2016/05/challenger-banking-report-2016.PDF> (Дата обращения 05.04.2018).

На начальном этапе развития удобнее будет работать с физическими лицами, а потенциальными клиентами могут выступать те, у кого есть неограниченный доступ к телефону/планшету и интернету.

Согласно официальной статистике, необанки уже существуют и функционируют в следующих странах:

- Великобритания (40);
- Индия (8);
- США (5);
- Франция (4);
- Германия (3);
- Китай (2);
- Канада (1);
- Бразилия (1);
- Италия (1);
- Испания (1);
- Северная Корея (1).

Банки-челленджеры своим существованием и гибкой политикой вносят определенные коррективы в текущую систему:

- под их давлением снижаются межбанковские комиссии;
- проявляются правовые проблемы в вопросах лицензирования банковской деятельности, ведь банки-челленджеры вынуждены делить межбанковскую комиссию с банком, чьей лицензией пользуется;
- их функционирование отражает потребность во введении инновационных продуктов и услуг или способов их доставки/предоставления клиенту, так как необходимо заботиться о достижении безубыточности и роста бизнеса.

В такой ситуации небанкам в первые 2-3 года существования будет необходима финансовая поддержка другого банка, банка на базе которого будет создан банк-челленджер. Соответственно от одних только комиссий

большой прибыли не будет, поэтому в кратчайшие сроки важно освоить новые рынки:

- заняться ипотечным кредитованием;
- начать работать с юридическими лицами.

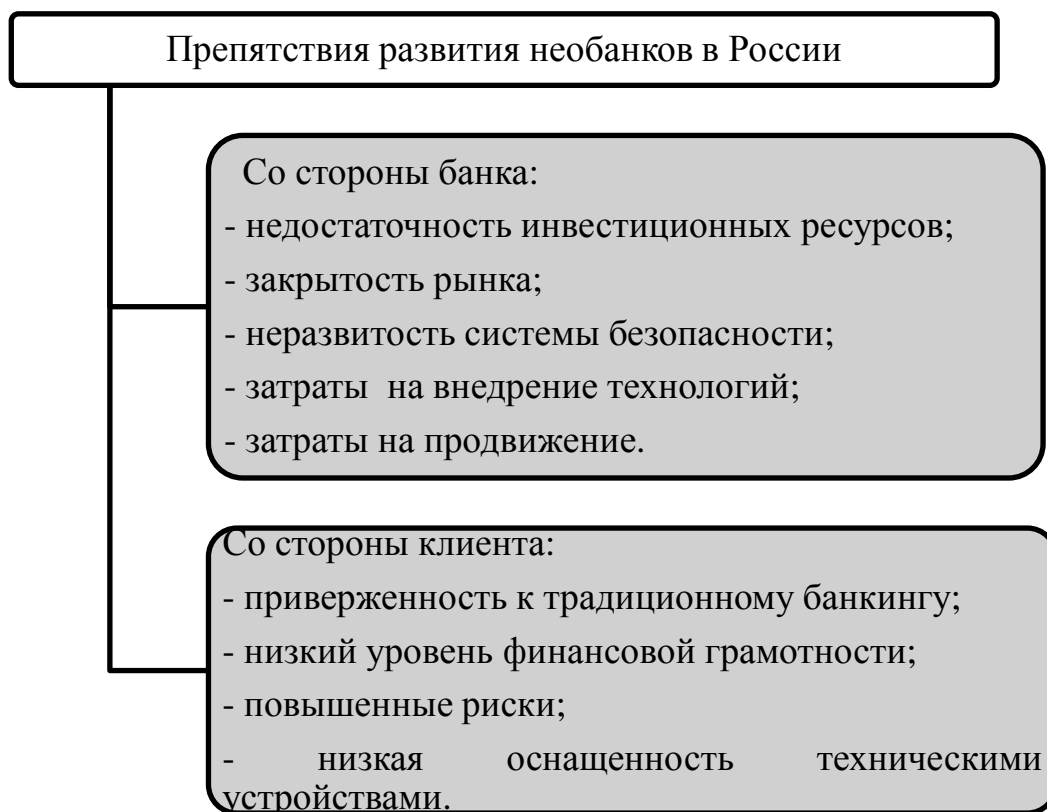


Рисунок 2 – Препятствия развития небанков в РФ⁴

На текущий момент модель российского небанка можно использовать как удобную систему для платежей и переводов, позволяющую гибко и в режиме онлайн управлять средствами.

Многие аналитики, отмечают, что такая система обслуживания пользуется спросом лишь у молодежи, которая быстро осваивает программы и технику. Для клиентов постарше крайне важно организовать систему, которая была бы интегрирована в их жизнь таким образом, чтобы не возникало никаких препятствий при взаимодействии с банком, то есть способствующая преодолению некоего психологического барьера.

⁴Сенная И.К., Крымова И.П. Небанк -Банк Будущего // Научное общество студентов: Междисциплинарные исследования. — 2017. — №8.

Таким образом, необанк постепенно внедряется в нашу жизнь, составляя конкуренцию банкам с многовековыми традициями. Переход к такой модели требует не просто замену отделений на онлайн-платформу, а, во-первых, доверия клиента, во-вторых, слаженно работающего технологического оснащения, и, в-третьих, качественный индивидуальный подход к каждому клиенту.⁵ Особенно, учитывая, что основная цель данного рода банков – стать универсальным магазином для финансового благополучия клиентов.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Закшевский В.Г., Пашута А.О. Теоретические аспекты развития банковских продуктов на современном этапе // Вестник. – 2015. – № 3. – С. 214-220.
2. Казанская Е. А. Инновации в банковской сфере // Молодой ученый. — 2016. — №15. — С. 297-301.
3. Коханова В.С., Полтавский А.А. Финансовый инжиниринг и его роль в повышении эффективности банковской деятельности // Известия высших учебных заведений «Северо-Кавказский регион». – 2015. – № 3(187).
4. Коханова В.С., Глушакова А.С. Роль банков в стимулировании инновационно-ориентированной экономики // Конкурентоспособность в глобальном мире. – 2016. – № 9-2(24). –с. 90-93.
5. Коханова В.С., Чабанец С.С., Жигалов И.С. Актуальность финансового инжиниринга в условиях санкций // Сборник научных трудов по материалам V Международного социально-экономического Форума «ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ – РЕГИОНАЛЬНОМУ РАЗВИТИЮ»). – Часть 1. – Ростов-на-Дону: ЮУ (ИУБиП), 2016.
6. Мамаева И.О. Использование инновационных технологий в банковском секторе. // Проблемы современной экономики. – 2013. – № 12.
7. Обложин С.Ю. Оценка удовлетворенности клиента качеством услуг: учет влияния инноваций // Управление экономическими системами: научный журнал. – 2013. – № 9.
8. Рудская Е. Н., Полтавская Ю. Ю. Необанки: мировой опыт и перспективы // Молодой ученый. — 2016. — №7. — С. 959-969.
9. Challenger banking annual results. [Электронный документ]. <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/pdf/2016/05/challenger-banking-report-2016.PDF>. (Дата обращения 05.04.2018).

⁵Рудская Е. Н., Полтавская Ю. Ю. Необанки: мировой опыт и перспективы // Молодой ученый. — 2016. — №7. — С. 959-969.