

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Южно-Уральский государственный университет
(национальный исследовательский университет)»
Филиал в г. Златоусте
Факультет «Сервис, экономика и право»
Кафедра «Экономика и право»
Направление подготовки 38.03.01 Экономика

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Заведующий кафедрой,
к.э.н., доцент

_____ Т.И. Гусева
_____ 2017 г.

Проблемы и перспективы внедрения инновационных банковских услуг
в современный банковский сектор России
(Уральский банк ПАО «Сбербанк России»)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ
ЮУрГУ – 38.03.01.2017.054.ПЗ ВКР

Руководитель работы
к.э.н., доцент

_____ Е.Н.Зайцева
_____ 2017 г.

Автор работы
студент группы ФСЭиП-552

_____ А.Ю.Соснович
_____ 2017 г.

Нормоконтролер
к.э.н., доцент

_____ И.И. Турсукова
_____ 2017 г.

Златоуст 2017

АННОТАЦИЯ

Соснович А.Ю. Проблемы и перспективы внедрения инновационных банковских услуг в современный банковский сектор России (Уральский банк ПАО «Сбербанк России»), - Златоуст: ЮУрГУ, ЭиП, 2017, 75с., 3 ил., 22 табл., библиогр. список - 32 найм..

Цель выпускной квалификационной работы заключается в рассмотрении проблем и определении перспектив внедрения инновационных банковских услуг в современный банковский сектор России (Уральский банк ПАО «Сбербанк России»).

Для достижения поставленной цели рассмотрены проблемы и перспективы осуществления инновационных банковских услуг в России: рассмотрена рейтинговая оценка российских банков по данным независимых агентств и ЦБ РФ; дали экономическую характеристику Уральского банка ПАО «Сбербанк России»; проанализировали банковские инновации в банковском секторе России; определили перспективы внедрения инновационных банковских услуг в банковский сектор России.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1 БАНКОВСКИЕ ИННОВАЦИИ В СФЕРЕ ОБСЛУЖИВАНИЯ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ В СОВРЕМЕННОМ БАНКОВСКОМ СЕКТОРЕ РОССИИ.....	4
1.1 Понятие банковских инноваций, их сущность и характеристика.....	4
1.2 Особенности банковских инноваций в сфере обслуживания физических лиц. Механизм их анализа и внедрения.....	9
1.3 Банковские инновации в иностранных банках.....	21
1.4 Проблемы и перспективы осуществления инновационных банковских услуг в России.....	29
2 АНАЛИЗ БАНКОВСКИХ ИННОВАЦИЙ В СФЕРЕ ОБСЛУЖИВАНИЯ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ НА ПРИМЕРЕ ПАО СБЕРБАНКА РОССИИ.....	35
2.1 Рейтинговая оценка российских банков по данным независимых агентств и ЦБ РФ.....	35
2.2 Экономическая характеристика Уральского банка ПАО Сбербанк России.....	43
2.3 Анализ банковских инноваций в банковском секторе России.....	48
2.4	
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	
ПРИЛОЖЕНИЯ	

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы. Происходящие в последние годы изменения в банковском секторе России способствовали развитию сферы предоставления банковских услуг на основе инновационных технологий, направленных на повышение конкурентоспособности кредитных организаций на микро- и макроуровнях. Традиционный спектр предоставляемых банками услуг сегодня не может полностью удовлетворить потребности клиента. Возникает проблемы внедрения новых услуг и, соответственно, перспектив их реализации.

Факты создают побудительные мотивы для отечественных кредитных организаций и банковской системы в целом к интенсификации использования банковских инноваций. Актуальность выпускной квалификационной работы определяется необходимостью рассмотрения проблемы и перспектив внедрения инновационных банковских услуг в современный банковского сектора России.

ПАО Сбербанк стремительно развивался на протяжении всей истории, сложно сравнивать даже с тем, каким банк был около 10 лет назад. Банк не только шагает в ногу с современными тенденциями рынка, но и опережает их, уверенно ориентируясь в стремительно меняющихся технологиях и предпочтениях клиентов. Одной из главных задач Сбербанка стоит создание оптимально удобных условий для комфортного удовлетворения потребностей населения. Для достижения этой цели банк постоянно совершенствуется и ставит перед собой новые задачи.

Основной инновационной целью ПАО Сбербанк является обеспечение устойчивого состояния на рынке банковских услуг в РФ и в других странах и достижения неизменного роста за счет внедрения передовых технологий на всех этапах производства и реализации банковских продуктов.

Объект исследования – Уральский банк ПАО Сбербанк России.

Предмет исследования – инновационные банковские услуги.

Цель работы – рассмотреть проблемы и перспективы внедрения инновационных банковских услуг в современный банковский сектор России.

Для достижения цели были поставлены и решены следующие **задачи**:

- 1) Рассмотреть проблемы и перспективы осуществления инновационных банковских услуг в России.
- 2) Рейтинговая оценка российских банков по данным независимых агентств и ЦБ РФ.
- 3) Экономическая характеристика Уральского банка ПАО Сбербанк России
- 4) Анализ банковских инноваций в банковском секторе России.

Теоретической основой работы послужили фундаментальные концепции, представленные в классических трудах Викулова В.С., Грибов В.Д. и других, а также современных исследованиях Криса Скиннера, Заварыкиной, Семиковой, посвященных проблемам развития банковских инноваций. Информационной базой работы послужили информационные и аналитические материалы научно-исследовательских учреждений, информационных агентств и служб, экспертные оценки и расчеты научных и практических работников, материалы периодической печати, источники Интернета.

В ходе выпускной квалификационной работы использовались общенаучные (анализ, сравнение, описание) и специальные методы исследования (сбор научных источников, сбора информации, SWOT-анализ).

Информационной базой дипломного проекта послужили законодательные и нормативные документы Центрального банка РФ, внутренние организационные и финансовые документы ПАО Сбербанка России, информационные ресурсы сети Интернет, материалы периодической печати за период 2012–2017 гг., научно-методическая литература.

Структура выпускной квалификационной работы обусловлена темой исследования и состоит из введения, двух глав, заключения, библиографического списка.

1 БАНКОВСКИЕ ИИНОВАЦИИ В СФЕРЕ ОБСЛУЖИВАНИЯ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ В СОВРЕМЕННОМ БАНКОВСКОМ СЕКТОРЕ РОССИИ

1.1 Понятие банковских инноваций, их сущность и характеристика

Понятие «инновации» как экономической категории ввел в научный оборот австрийский экономист Йозеф Шумпетер. Он пишет: «Форма и содержание развития в нашем понимании задаются понятием «осуществление новых комбинаций». Инновационный процесс Шумпетер определил как динамическую конкуренцию, в которой фирмы стремятся к инновациям, но различными путями. Одни сами занимаются инновациями (разработкой и внедрением), то есть сознательно выступают как лидеры в этой области, беря на себя риски, а другие берут на себя роль имитаторов, пытаясь догнать лидеров. Таким образом, для лидеров инновации выступают как внутренний импульс к изменениям, а для имитаторов как внешний. Постепенно то или иное нововведение охватывает отрасль в целом. Те компании, которые не смогли приспособиться к новым условиям конкуренции, разоряются.

В учебнике Грибова В.Д. «Экономика предприятий» понятие инновации (англ. «innovation» нововведение, новшество, новаторство) определяется как использование новшеств в виде новых технологий, видов продукции и услуг, новых форм организации производства и труда, обслуживания и управления [7, с. 155].

Инновация в маркетинге – вывод новых продуктов на рынок. То есть новые продукты и технологии, реализуемые на рынке, представляют собой инновацию.

В.С. Викулов понятие «инновации» (нововведения) трактует как конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, либо в новом подходе к социальным услугам [5, с. 12]. Эффективность работы банка и его конкурентоспособность на рынке во

многим зависят от внедрения новых банковских продуктов и технологий (процессов). Инновации, функционирующие в финансовой сфере, представляют собой финансовые инновации. Часть финансовых инноваций создается банками в форме банковского продукта или операции (технологии). Это банковские инновации.

Банковская инновация – это, реализованный в форме нового банковского продукта или операции, конечный результат инновационной деятельности банка. Под банковским продуктом понимается материально оформленная часть банковской услуги (карта, сберегательная книжка, дорожный чек, электронный кошелек и т. п.) [18]. Банковский продукт имеет вид вещи, то есть осязаемую форму, предназначенную для продажи на финансовом рынке. Новый банковский продукт также может быть в форме: имущества и имущественного права. Имущество представляет собой материальный объект собственности, например деньги, мерные слитки золота, монеты, ценные бумаги и др. Имущественное право означает право владеть, распоряжаться и пользоваться определенным имуществом. К банковскому продукту, в форме имущественных прав относятся такие документы, как договор банковского счета, кредитные соглашения и т. п.

Банковская операция (лат. operatic – действие) означает процедуру действий, направленную на решение определенной задачи по управлению банковским капиталом. К банковским операциям относятся формы контроля и учета движения денежных средств и ценных бумаг, методы планирования финансовых показателей, методология составления финансовых планов разных видов, приемы финансового анализа, формы организации финансовой работы в банке, интерактивное и другое аналогичное инвестирование капитала и другие действия [28, с. 16].

Банковские операции как действия имеют неосязаемую форму, то есть их нельзя потрогать и нельзя продать по фиксированной цене. Чтобы быть проданной, банковская операция должна быть материализована. Формой материализации банковской операции является какой-то определенный документ (методические указания, инструкция и т. п.). Этот документ представляет собой

уже банковский продукт, то есть он является объектом купли-продажи на финансовом рынке.

В качестве нового продукта банковская инновация проявляет себя только в процессе ее реализации на финансовом рынке или внутри банка. Банк, который первым, вышел со своей инновацией и захватил свою «нишу» рынка, быстро создает себе имидж, с которым конкуренту будет трудно бороться. При продолжительности во времени любое новое явление становится массовым, традиционным явлением.

С учетом этого банковская инновация по содержанию включает:

1) Новый банковский продукт, впервые появившийся на российском финансовом рынке, то есть только в одном банке.

2) Новый для России, зарубежный банковский продукт, то есть новый банковский продукт, появившийся на российском финансовом рынке, но уже давно реализуемый за рубежом на финансовых рынках других стран в соответствии с их конкретными условиями и юрисдикцией.

3) Новые финансовые операции.

В своей работе «Инновационная деятельность в кредитных организациях» 2012 года выпуска Викулов В.С. отмечает, что все существующие в банке инновационные процессы можно подразделить на три логические группы:

1) Простой внутриорганизационный инновационный процесс, то есть процесс, предполагающий создание и использование инновации в рамках одного и того же банка. В этом случае новшество не принимает формы нового банковского продукта, а лишь совершенствует технологию производства уже существующих продуктов либо какую-либо сервисную технологию.

2) Простой межорганизационный процесс, предусматривающий формирование нового банковского продукта, предназначенного для продвижения на рынке в качестве предмета купли-продажи.

3) Расширенный инновационный процесс, в основном связанный с формированием комплексного банковского продукта, когда при его создании

банк сотрудничает со своими партнерами, тем самым перераспределяя инновационный процесс между несколькими участниками [5, с. 16].

Банковская инновация как совокупность принципиально новых банковских продуктов и услуг – это синтетическое понятие цели и результата деятельности банка в сфере новых технологий, направленных на получение дополнительных доходов в процессе создания благоприятных условий формирования и размещения ресурсного потенциала при помощи внедрения нововведений, содействующих клиентам в получении прибыли [18].

Новая банковская услуга – это новый вид деятельности по оказанию помощи или содействия клиенту в получении прибыли, способная приносить дополнительный комиссионный доход. В отличие от банковского продукта услуга может носить незавершенный банковской операцией характер [23].

Новый банковский продукт – комбинированная либо нетрадиционная форма банковского обслуживания, инструмент, создаваемый на основе маркетинговых исследований потребностей рынка.

Рассмотрим инновации которые банки уже начали или начнут предпринимать в ближайшее время для адаптации к новой цифровой эпохе по мнению Криса Скиннера, независимого эксперта в области финансовых технологий, автор книги «Digital Bank» («Цифровой банк», 2014 год):

1) Активное социальное взаимодействие: представители банковской индустрии хотят лучше понимать желания своих клиентов, что породило тренд аутсорсинга банковских идей на клиентов, которым предоставляется возможность самим проектировать и описывать интересующие их банковские продукты. Одним из примеров подобного подхода является итальянский банк Widiba.

2) Роботизация финансовых услуг: роботизированные консультанты в сфере инвестиций – это только одно из направлений. UBS уже предлагает своим состоятельным клиентам аналитические услуги по оценке их капитала в реальном времени при помощи супер-компьютера Watson от IBM.

3) Банкинг вещей: рождение нового финансового направления похоже на принцип работы Интернета вещей. Электронные кошельки, привязанные к клиентскому счету, будут встроены в автомобили, холодильники, лампочки и так далее. Автомобили смогут автоматически расплачиваться за парковку или платить за бензин без участия человека, умные лампочки будут оплачивать израсходованную электроэнергию, а холодильник оплачивать заказ продуктов и все это будет привязано к счету клиента [27].

Консалтинг нового уровня: сегодня банки не просто могут напомнить вам о дне рождения вашего знакомого, но и посоветовать подарок исходя из анализа его предпочтений по счету и возможностей ваших доходов. При этом аналитическая платформа подскажет где можно купить тот иной подарок выгоднее всего. Банки знают, что мы чаще всего покупаем и смогут давать, действительно, актуальные советы. Больше не придется ломать голову, что подарить знакомому на тот или иной праздник.

Носимые платежные девайсы: Метод платежа может стать символом статуса – будь это бесконтактный браслет от La Caixa, биометрический трекер от RBC Canada и NBOS UK, или костюм целиком (Heritage Bank, Australia). Среди российских банков Альфа-Банк предлагает NFC-браслеты. К аксессуару прикрепляется уменьшенная в размерах карта Альфа-Банка «мини-таг». Не превосходящий по своим размерам SIM-карту «мини-таг» привязан к счету клиента Альфа-Банка, оформившего молодежную карту Next.

Банк как всеобщий посредник. Предиктивная аналитика и партнерство с различными компаниями позволяют банку, к примеру, напомнить вам о дне рождения вашей жены, напомнить о том, что вы покупали ей на Новый год и что бы ей хотелось получить в подарок сейчас. В России этим уже занимается Альфа-банк с приложением Sense.

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.

Голосовые сделки: новый формат игровой формы взаимодействия в приложениях онлайн-банкинга позволит в голосовой форме предупреждать клиента о незапланированных расходах и прочих событиях по его счету [27].

Вышеизложенное позволяет однозначно сделать вывод, что понятие «инновации» применимо ко всем нововведениям во всех сферах функционирования банка, обладающим определенным положительным экономическим или стратегическим эффектом, примером которого можно считать прирост клиентской базы банка, увеличение доли рынка, сокращение издержек на проведение какого-либо вида операций и т.п., или создают условия для вышеперечисленного. Инновационный процесс, то есть процесс, связанный с созданием, освоением и распространением инноваций, охватывает все стороны деятельности банка: от разработки концепции или идеи до ее практической реализации. Таким образом для целей дальнейшего исследования под банковской инновацией мы будем понимать реализованный в форме нового банковского продукта или операции конечный результат инновационной деятельности банка.

1.2 Особенности банковских инноваций в сфере обслуживания физических лиц. Механизм их анализа и внедрения.

Основным направлением развития современной банковской сферы является внедрение и развитие систем дистанционного банковского обслуживания (ДБО). Востребованность и активность внедрения и использования электронных услуг и удаленных каналов обслуживания в России быстро растет, так как в настоящее время люди не представляют себе жизни без Интернета и компьютеров, а сотовый телефон стал предметом первой необходимости. В последнее время количество банковских клиентов, интересующихся и переходящих к применению удаленных услуг, растет довольно быстрыми темпами. Обусловлен этот процесс, в первую очередь, теми преимуществами, которые предоставляют пользователям технологии дистанционного обслуживания. Данная система является выгодной и удобной формой взаимодействия, как для банка, так и для его клиента.

ДБО – технология осуществления банковских операций (сделок) на основании распоряжений Клиентов, передаваемых в Банк с использованием телекоммуникационных систем взаимодействия и функционирующих на основе каналов связи сети Интернет, мобильной связи и т.д. [1].

Довольно часто используется также термин «home banking», определяющийся как совершение банковских операций на дому, самостоятельная форма предоставления банковских услуг населению, основанных на использовании электронной техники. Однако понятие «дистанционное банковское обслуживание» несколько шире и включает в себя обслуживание как физических, так и юридических лиц, причем не только «на дому», но и в любом удаленном от банковского офиса месте, где имеется соответствующий канал связи.

Систему дистанционного банковского обслуживания целесообразно классифицировать по типам информационных систем (программно-аппаратных средств), применяемых для реализации банковских операций:

– ПК-банкинг (PC-banking) (к данному типу могут быть отнесены системы «клиент-банк») – это вид удаленного банковского обслуживания, который осуществляется с помощью персонального компьютера (ПК). Но сюда относятся не все дистанционные банковские услуги, которые применяются с помощью компьютера, а только такие, при которых на персональный компьютер клиента устанавливается специальное программное обеспечение, благодаря которому и осуществляется взаимодействие клиента с банком;

– интернет-банкинг (Internet-banking) – это вид удаленного обслуживания, который помогает осуществлять различные банковские операции через сеть Интернет. Важным достоинством данного вида системы ДБО является круглосуточный доступ к нему с любого устройства, имеющего доступ к сети Интернет [10, с. 67].

Самый популярный канал ДБО – интернет-банк: хотя бы в одном банке им пользуется 64,5 % российских интернет-пользователей (35,3 млн. чел.). Второй по популярности SMS-банк: он подключен у 47,4 % российских интернет-

пользователей (25,9 млн. чел.). Мобильным банком пользуются всего треть российских интернет-пользователей – 33 %, или 18,1 млн. человек.

Наиболее распространенные переводные задачи, которые пользователи решают в интернет или мобильном банке, – внутрибанковские переводы между своими счетами и другим клиентам банка.

Причем самая популярная переводная операция в интернет-банке – переводы между своими счетами (18,9 млн. человек), а в мобильном банке – внутри банковский перевод другому клиенту (7,4 млн. человек).

Самые не востребовавшие функции интернет и мобильного банка – покупка-продажа валюты и денежные переводы для получения наличными. В интернет-банке эти операции совершает 4,8 % пользователей (1,7 млн. человек), а в мобильном – 4,5 % (0,82 млн. человек) и 3,5 % (0,6 млн. человек) соответственно (рисунок 1.1).



Рисунок 1.1 Статистика использования мобильного банка и интернет банка аналитического агентства Marksw Webb Rank & Report на 2017 год

По результатам исследования Internet Banking Rank 2017 аналитического агентства Markswebb Rank & Report проведенное в марте – апреле 2017 года в наиболее эффективными интернет-банками с точки зрения удобства интерфейсов и функциональности были признаны интернет-банки Бинбанка (ранее интернет-банк МДМ Банка), Тинькофф Банка, Промсвязьбанка, Альфа-Банка и ВТБ [2].

Интернет-банку Бинбанка удалось подняться на первое место за счет улучшения удобства и реализации большого количества важных функций, в том числе:

- форма перевода между произвольными картами с автоматическим определением платежной системы и банка-эмитента по введенному номеру карты;

- форма поиска задолженностей по штрафам ГИБДД и налогам по персональным данным пользователя;

- продвинутые возможности блокировки карты и установки пользовательских лимитов на операции по карте;

- возможность открытия текущих счетов и выпуска карт без посещения банка и звонка в контактный центр [20].

Ключевые тенденции развития интернет-банкинга

- 1) Расширяются возможности перевода другому клиенту банка, наибольший прирост – у перевода по номеру мобильного телефона.

- 2) Расширяются возможности card2card-переводов: появляется возможность пополнения счета или карты с карты другого банка и перевод между двумя произвольными картами сторонних банков. Кроме этого, в формах card2card-переводов все чаще встречается функция автоматического определения банка по введенному номеру карты.

- 3) Увеличиваются возможности упрощенных платежей в бюджет: штрафы ГИБДД по УИН, задолженности судебным приставам по номеру исполнительного

производства и по персональным данным, оплата налогов с запросом задолженности по ИНН.

4) Расширяются возможности упрощения оплаты коммунальных услуг с помощью форм с запросом задолженности.

5) Расширяются возможности настроек карт: подключение и отключение SMS-уведомлений о совершенных операциях по карте, настройки различных лимитов на расходные операции по карте.

6) Расширяются возможности приобретения банковских продуктов в режиме онлайн: значительно увеличилось количество интернет-банков с формой открытия накопительных счетов.

7) Упрощается оплата мобильной связи – автоматическое определение мобильного оператора по номеру телефона, наличие маски ввода номера телефона, авто платежи для оплаты мобильной связи [3, с. 27].

Применение услуг удаленного банковского обслуживания дает возможность клиенту совершать необходимые банковские операции в удобном для него формате и месте, без каких-либо дополнительных денежных и временных затрат, так как для их использования не нужно приходить в офис банка, тратить время на дорогу и на длительные ожидания в очередях.

Внедряя систему дистанционного обслуживания, банк так же, как и его клиенты, получает важные преимущества.

1) Финансовая выгода благодаря уменьшению стоимости обслуживания клиентов, так как затраты на предоставление услуг клиенту в офисах банка гораздо выше, чем при удаленном обслуживании. Безусловно, банк тратит немало средств на внедрение данной системы, но эти затраты окупаются через некоторое время. Период окупаемости затрат уменьшается, если банк привлекает к использованию системы ДБО большое количество клиентов.

2) Удаленное обслуживание, к которому относится и такой вид, как обслуживание клиентов посредством терминалов и устройств самообслуживания, гораздо эффективнее, чем обслуживание в отделениях банка, так как банки не в силах обслужить в своих офисах огромное число клиентов. Пропускная

способность обслуживания увеличивается, так как время на взаимодействие с клиентом уменьшается.

3) Банк имеет возможность привлекать клиентов, несмотря на их географическое местоположение. Банк получает возможность работать с новыми клиентами, которых банк не обслуживал до внедрения системы ДБО.

4) Повышается скорость и качество обслуживания клиентов банка.

5) Увеличивается точность совершаемых банковских операций и количество возможных ошибок становится меньше, снижаются операционные риски банка.

6) Для банка становится возможным решение важных дополнительных задач, например, предоставление клиенту информации о новых банковских услугах или сообщение клиенту о совершении необходимых действий.

7) Увеличивается конкурентоспособность банка [3, с. 28].

Грамотно внедряя и развивая дистанционное обслуживание, банк повышает эффективность своей деятельности и расширяет свои возможности за счет продажи банковских продуктов и привлечения большого количества клиентов.

Но наряду с многочисленными преимуществами применение дистанционного банковского обслуживания не лишено и недостатков.

Недостатки системы удаленного обслуживания для коммерческих банков:

– большие затраты на приобретение или создание системы удаленного обслуживания клиентов, её внедрение и обучение сотрудников;

– затраты на обслуживание системы, в том числе и каналов связи с высокой пропускной способностью при обслуживании большого количества клиентов;

– чтобы затраты на внедрение системы ДБО окупались, банку необходимо привлекать в удаленные каналы обслуживания большое число клиентов;

– наличие высоких рисков хакерских и мошеннических атак на систему ДБО;

– наличие рисков, связанных с ошибками в планировании расходов на внедрение и обслуживание системы удаленного банковского обслуживания [4, с. 77].

Но несмотря на все недостатки, банки стремятся активно развивать возможности уже внедренных ими систем удаленного обслуживания за счет максимального расширения списка компаний, в пользу которых можно произвести платежи. Одно из главных условий этого является то, чтобы клиент начал пользоваться новыми возможностями, т.е. обеспечить клиенту максимальные удобства при совершении различных банковских операций с помощью системы дистанционного обслуживания. Для этого улучшается и упрощается интерфейс системы удаленного обслуживания, добавляются шаблоны для каждого вида платежа.

В целом, развитие дистанционного банковского обслуживания до 2020 г. определяют следующие тенденции:

– демографические изменения, включая увеличение числа молодых потребителей на рынке и рост мобильности;

– более активная роль правительства в регулировании финансового сектора, организации систем социальных гарантий и обеспечении или поощрении распространения дешевых банковских счетов и финансовой инфраструктуры;

– развитие преступности, связанной с наличностью, будет содействовать развитию электронных платежей и испытанию системы управления рисками для поставщиков финансовых услуг, т.к. электронная преступность также развивается;

– доступ в Интернет с помощью мобильных телефонов уменьшит стоимость финансовых операций и позволит новым игрокам предложить финансовые услуги [4, с. 79].

В банковском секторе используются различные методы оценки эффективности инновационных продуктов: финансовые, качественные, вероятностные, статистические и др.

При использовании финансового метода применяют три показателя:

1) NPV (net present value) – чистый приведенный доход, или чистая приведенная стоимость.

2) IRR (internal rate of return) – внутренняя норма доходности, или внутренняя норма рентабельности.

3) Payback period – срок окупаемости инвестиций [4, с. 79].

У каждого из них есть свои достоинства и недостатки, поэтому показатели используются в совокупности, дополняя друг друга и давая более полное понимание об инвестициях в инновационный проект, о прибыли и экономическом эффекте, которые кредитное учреждение получит от внедрения инновационного продукта. Только при использовании комплексных оценок экономической эффективности можно принять оптимальное решение о внедрении проекта и его выгоде для банка.

Однако, сегодня кредитные организации используют методики расчета экономической эффективности внедрения инновационных банковских продуктов, которые опираются на оценку статистических показателей учета доходов и затрат на инновации. Недостатками подобных подходов можно считать субъективность или невозможность оценить некоторые параметры (такие как качество обслуживания) и то, что делается оценка текущей ситуации на рынке, в то время как рыночные условия быстро меняются, появляются новые участники и регламенты их деятельности. Не учитываются факторы, приводящие к изменению самого банковского бизнеса.

Не вызывает сомнения, что за счет использования систем ДБО и банк, и клиент получают определенную выгоду, в том числе и экономическую. Для определения эффективности внедрения какого-либо банковского продукта необходимо заранее определить затраты на внедрение и эксплуатацию, доход от использования, срок окупаемости и предполагаемую прибыль.

Так как ни один из перечисленных методов не достаточен для объективной оценки доходности систем ДБО, мы предлагаем разрабатывать методику комплексной оценки финансово-экономических результатов и эффективности внедрения систем дистанционного обслуживания.

Опираясь на такой подход, мы считаем целесообразным применить дисконтированные показатели и определить размер экономической выгоды от использования в банковской деятельности систем ДБО, взяв за основу традиционные показатели оценки эффективности инвестиционных бизнес-проектов, и объединив указанные коэффициенты в единый комплекс.

Для оценки эффективности внедрения инновационного банковского продукта возможно использовать показатель, с одной стороны, сочетающий традиционные показатели, а с другой – учитывающий специфику банковской инновационной деятельности. Это предполагает определение основных показателей эффективности внедрения системы ДБО с учетом фактора времени и рисков вложений инвестиций. Для этого необходимо рассчитать чистый приведенный (дисконтированный) доход как разницу между приведенными (дисконтированными) доходами и приведенными (дисконтированными) затратами по следующей формуле (1).

$$ЧПД = ПД : ПР, \quad (1)$$

где ПД – приведенный (дисконтированный) доход, рубли;

ПР – приведенный (дисконтированные) затраты, рубли.

Приведенные доходы можно рассчитать по формуле (2)

$$ПД = \frac{\sum_{i=1}^n D_i}{(1+r)^n}, \quad (2)$$

где $\sum D_i$ – доход от реализации i-го этапа проекта;

r – коэффициент дисконтирования;

n – количество периодов реализации проекта, лет.

Приведенные расходы можно рассчитать по формуле (3)

$$ПР = \frac{\sum_{i=1}^n P_i}{(1+r)^n}, \quad (3)$$

где $\sum P_i$ – расходы (затраты) от реализации i -го этапа проекта, рубли.

Если ЧПД > 0 , внедрение системы ДБО признается эффективным, если ЧПД < 0 , внедрение системы признается неэффективным.

Коэффициент дисконтирования r – это процентная ставка, используемая для перерасчета будущих потоков доходов и расходов в единую величину текущей стоимости с учетом влияния фактора времени. Чаще всего ставки дисконтирования при оценке экономической эффективности инновационных проектов в банках определяются авторитарно на основании анализа макроэкономической ситуации в стране, уровня инфляции, ставки рефинансирования, ставки межбанковского кредитования. Нам же представляется целесообразным ставку дисконтирования рассчитывать с учетом рисков финансовой окупаемости проекта [9, с. 54].

Учитывая тот факт, что инвестиции в инновационные банковские продукты в конечном итоге приводят к увеличению совокупного банковского капитала, необходимо ставку дисконтирования увязать с доходностью капитала банка. По мнению автора, ставка дисконтирования может быть рассчитана по следующей формуле(4).

$$r = d_{cc} \cdot CC : (CC + ЗК) + d_{зк} \cdot ЗК : (CC + ЗК), \quad (4)$$

где d_{cc} – доходность собственных средств банка (рентабельность капитала);

CC – собственные средства (капитал) банка, рубли;

$ЗК$ – заемный капитал банка, рубли;

$d_{зк}$ – доходность заемного капитала банка, рубли.

Данный метод оценки вложений в инновационный продукт применим для обоснования принятия одного проекта. При выборе между двумя или тремя проектами внедрения системы ДБО с абсолютно разным уровнем финансирования требуется приведение их к общему бюджету, чтобы была

возможность их сравнить. Для этого используется индекс рентабельности (ИР), который рассчитывается по формуле (5).

$$ИР = ЧПД : ПР \cdot n \cdot 100. \quad (5)$$

Индекс рентабельности показывает величину текущей стоимости доходов в расчете на каждый рубль чистых инвестиций в систему ДБО. Чем выше будет показатель доходности, тем предпочтительнее проект. Если индекс доходности получается равным единице и ниже, проект нерентабелен. Индекс, равный единице, соответствует нулевой чистой текущей стоимости [9, с. 54].

После оценки рентабельности системы ДБО, на наш взгляд, следует применить метод, в котором субъективный фактор сведен к минимуму, а именно расчет срока окупаемости (СО). Срок окупаемости представляет собой промежуток времени, в течение которого приведенный (дисконтированный) доход принимает положительное значение. Это означает, что дисконтированная величина доходов должна быть равна дисконтированной величине капитальных затрат (дисконтированных расходов). Исходя из этого равенства, срок окупаемости можно представить в виде следующей формулы (6).

$$СО = ПР : ПД_{ср}, \quad (6)$$

где $ПД_{ср}$ — средняя величина дохода за инвестиционный период, рубли.

Банковская деятельность сопряжена с высоким уровнем риска, который может привести к реальным потерям. Поэтому при расчете показателей эффективности внедрения систем ДБО необходимо учесть фактор риска. Здесь можно использовать различные подходы.

1) Ранжирование видов инновационных банковских продуктов с учетом вероятностной оценки возникновения риска и расчет на этой основе среднего уровня риска внедрения системы ДБО. В этой связи предлагаем классифицировать инновационные банковские продукты по степени рисков при внедрении и использовании, распределив риски по группам (таблица 1.1) [15, с. 34].

Данный подход, безусловно, требует достаточного массива репрезентативной выборки информации по большому количеству банков. Но в любом случае он будет отражать лишь общие тенденции в данном сегменте банковского сектора РФ. Поэтому целесообразнее использовать второй подход, отражающий специфику управления и уровень рисков в конкретном банке.

Таблица 1.1 – Классификация инновационных банковских продуктов по группам Риска Оформите правильный перенос таблицы!

Виды банковских инновационных банковских продуктов	Группа риска инновационного банковского продукта
По цели развития банка:	
– реактивные	1
– стратегические	2
Основные	2
Обеспечивающие	1
Радикальные (или базовые)	3
Комбинаторные	2
Модифицирующие	1
Точечные	1
Системные	2
Нововведения, разработанные собственными силами	2
Нововведения, приобретенные у стороннего разработчика	1
Лимитированные	1
Нелимитированные	2
Технологические	2
Продуктовые	1

2) Учет общего уровня рисков в конкретном банке, рассчитанного по методикам Банка России. Согласно Положению Банка России от 24.09.1999 № 89-П «О порядке расчета кредитными организациями размера рыночных рисков» совокупный размер рыночного риска рассчитывается по следующей формуле (7).

$$PP = 12,5 \cdot (ПР + \Phi P + BP), \quad (7)$$

где PP – совокупный размер рыночных рисков;

ПР – размер рыночного риска по финансовым инструментам, чувствительным к изменениям процентных ставок, за исключением балансовых инструментов, приобретенных для целей инвестирования (процентный риск);

ФР – размер рыночного риска по финансовым инструментам, чувствительным к изменению рыночных цен на фондовые ценности, за исключением балансовых инструментов, приобретенных для целей инвестирования (фондовый риск);

ВР – размер рыночного риска по открытым уполномоченным банком позициям в иностранных валютах и драгоценных металлах (валютный риск).

Показатели эффективности ДБО – рентабельность и срок окупаемости – корректируются с учетом коэффициентов риска.

Для расчета экономической эффективности внедрения и использования ДБО приведем и проанализируем данные банков-респондентов по типам систем ДБО.

Доход банка от использования систем дистанционного банковского обслуживания определяется в первую очередь величиной тарифов на обслуживание клиентов. Тарифы на интернет-банкинг различаются в разных банках и обычно включают: плату за подключение, абонентскую плату и комиссии за проведение разного рода платежей. Плата за подключение все реже взимается банками, и преимущественно за предоставление технических составляющих системы. Абонентская плата устанавливается всеми банками. Комиссия за проведение платежей обычно составляет процент от суммы платежа (от 0 до 3 %), но не менее определенной минимальной суммы (колеблется от 5 до 600 руб.).

В среднем доход в расчете на одного клиента, обслуживаемого в ДБО, составляет 1,2 тыс. руб. В результате, несмотря на высокие затраты, системы обычно окупаются в среднем за пять лет.

В то же время банки неизбежно несут дополнительные затраты, обусловленные повышенными требованиями к безопасности, надежности, защищенности и скорости действия, предъявляемыми к передовым электронным системам. Их внедрение обязательно повлечет за собой существенное увеличение затрат на поддержку и администрирование программно-аппаратного комплекса банка. Тем не менее, значительный прогресс в этой области банковской деятельности и в мире, и в России очевиден. Банки понимают всю важность того,

что уже сегодня необходимо предоставлять своим клиентам самые перспективные электронные услуги.

Подводя итог, отметим, что, применив методику сравнительной эффективности дистанционного банковского обслуживания и методику оценки эффективности дистанционного обслуживания клиентов при использовании традиционных показателей эффективности инвестиционных бизнес-проектов, скорректированных с учетом фактора времени и рисков вложений инвестиций можно еще на стадии принятия управленческого решения определить экономическую целесообразность внедрения и использования тех или иных систем ДБО.

1.3 Банковские инновации в иностранных банках

Как полагают эксперты, в ближайшие годы роль банковских отделений, расположенных на территории ряда стран СНГ, принципиально изменится. Использование альтернативных каналов, столь выгодных банкам для оптимизации расходов и бизнес-процессов, приводит к тому, что клиенты все реже посещают традиционные отделения. Однако клиентский визит по-прежнему остается важнейшим звеном в построении отношений банка со своим клиентом. Поэтому сегодня банкам приходится искать баланс между достаточным количеством точек соприкосновения своего бренда с клиентом и оптимальной организацией дистанционного обслуживания.

Клиенту в ряде случаев требуется или очень простой, или, наоборот, сложный финансовый продукт. Однако банк, как правило, предлагает уже готовый, сформированный пакет услуг. К разочарованию банков, каждый клиент считает себя уникальным и испытывает потребность в персонифицированном подходе, чего обычный банк, как правило, может предоставить далеко не всегда. В 2011г. компания IDNT совместно со Scorpio Partnership (Великобритания) завершила опрос банковских менеджеров, занятых в обслуживании состоятельных клиентов на территории СНГ, «Private banking Survey in the CIS». Итоги исследования

показали, что большинство опрошенных банков просто не способны давать консультации в какой-либо области, которая выходит за рамки стандартизированного розничного продукта [6, с. 23].

Наиболее инновационные банки Европы уже предлагают своим розничным клиентам выбор из нескольких вариантов продуктов/услуг и их комбинаций. Тем самым у клиента создается ощущение, что данный продукт создавался специально для него. Если раньше подобный подход был доступен только клиентам Private Banking, то в настоящее время благодаря внедрению инновационных решений в сфере IT некоторые элементы «открытой архитектуры» становятся доступными и для розничных клиентов. В этом направлении открываются широкие перспективы для инноваций, которые способны изменить потребительский опыт при стандартном наборе финансовых продуктов.

Когда речь заходит о банковских инновациях, клиенты прежде всего вспоминают про Интернет и дистанционное банковское обслуживание, которые являются относительно новыми каналами продвижения услуг для банков стран постсоветского пространства.

Усовершенствование и отработка относительно новых для банков СНГ каналов удаленного обслуживания клиентов – online-банкинга и мобильного банкинга – является сегодня одной из самых широких сфер для внедрения инноваций.

Получается, что, несмотря на гигантские инвестиции, направленные банками в развитие технологий ДБО, их клиенты попросту не имеют возможности узнать обо всех преимуществах новых продуктов и каналов обслуживания.

В ближайшие годы банкам постсоветского пространства предстоит затратить много усилий на внедрение технологий и систем, ставших уже базовыми для европейского банковского рынка. Европейские банки имеют возможность разрабатывать новые подходы к обслуживанию клиентов, изменяя сценарии обслуживания и формируя лояльность клиентов, опираясь на уже имеющуюся IT-инфраструктуру.

Опыт таких игроков мирового рынка банковской розницы, как ING Direct, First Direct, Metro Bank, Virgin Money, Tesco Bank и др., демонстрирует именно такой подход. В его рамках банк создает один базовый продукт (чаще всего таким базовым продуктом является платежная карта), а затем разрабатывает под него бизнес-процессы, выбирает канал продаж (отделение или другие каналы). Затем к «базовому» продукту банк подключает продвижение и других «модульных» банковских продуктов: например, автокредитование, ипотечное кредитование, страховые продукты, партнерские программы и т.д. Таким образом, продвижение нового продукта производится по уже отлаженным каналам инфраструктуры базового продукта. Индивидуальность решения для каждого клиента создается именно за счет набора «модульных» продуктов. Создание новых продуктов происходит по мере возникновения (или прогнозирования) потребностей клиентов [12].

Tesco Bank. Ярким примером подобного подхода к созданию новых продуктов для розничных клиентов является банк Tesco (Великобритания). Банк начал свою деятельность в качестве подразделения крупнейшей британской розничной компании – сети супермаркетов Tesco, имеющей более 10 млн участников программы лояльности и колоссальное доверие к бренду со стороны потребителей. С начала 2000-х годов сеть Tesco начала активную экспансию в различные сегменты розничного бизнеса и сфер обслуживания, открывая сети автозаправок, мини-маркетов, продавая под своим брендом одежду, телекоммуникации и многое другое. Не осталась без внимания и финансовая розница.

Tesco Bank. Этот банк предлагает 28 продуктов, часть из которых является наиболее выгодными на рынке. В их числе – кредит с самым длинным grace-периодом (13 месяцев). Сегодня каждая 10-я покупка в Великобритании оплачивается с помощью кредитной карты Tesco. Летом 2011 г. Tesco Bank запустил ипотечные продукты [12].

Metro Bank. Он ставит своей целью изменить природу финансовых сервисов, создав «новый потребительский опыт», как это делают успешные розничные бренды.

Metro Bank. Банк намерен создать и воспитать новый тип потребителей финансовых продуктов – точно так, как это делает Apple в сфере компьютеров, медиа и гаджетов. До 2020 г. банк планирует открыть 200 отделений нового формата и рассчитывает вести конкурентоспособный розничный бизнес на очень консервативном и нединамичном британском рынке.

Metro Bank. Пытается развеять четыре мифа о банках, сложившихся на рынке Великобритании:

- банковские отделения со временем исчезнут;
- банки зарабатывают, сокращая свои расходы;
- клиенты выбирают банк за высокий рейтинг;
- клиенты не переходят на обслуживание в другой банк.

Разрабатывая новую рыночную стратегию, руководство Metro Bank пошло против устоявшегося мнения о том, что британцы меняют банк реже, чем разводятся. В банке считают, что главными критериями при выборе кредитно-финансового института являются рекомендации существующих клиентов – лучших промоутеров.

Также руководство банка решило опровергнуть распространенное мнение о том, что такой канал продаж, как банковские отделения, вот-вот исчезнет, уступив место ДБО.

Бизнес-модель банка основана на сети розничных отделений, которые находятся в премиальных, очень дорогих локациях, что идет вразрез с трендом по сворачиванию сетей отделений. В Metro Bank решили, что только отделения, открытые в самых популярных у населения местах, смогут привлечь больше клиентов.

Банк использует самые современные IT-технологии, доступные на рынке. Сегодня IT-сфера в большинстве крупных банков нуждается в усовершенствовании. Однако такие проекты чересчур дороги, и во времена

сегодняшней рецессии большинство банков не может позволить себе подобных инвестиций, что отрицательно сказывается на качестве клиентского обслуживания.

Одной из проблем для многих банков является то, что решение о выдаче кредита принимается не в конкретном отделении, а в головном офисе. Это влияет на скорость принятия решения и качество обслуживания. В Metro Bank клиент чувствует, что все решения принимает его персональный менеджер. В течение 15 минут клиенту открывается счет и выпускается карта, и он уходит из отделения с полностью готовым к использованию продуктом. Несомненно, установить специальное оборудование для печати и персонализации карт прямо в отделении стоит дорого, но это – плата за создание нового потребительского опыта [12].

Call-центр банка работает круглосуточно, на звонки отвечает сотрудник банка, а не автоответчик. В каждом отделении оборудована зона самообслуживания. Все это создает у клиента ощущение доступности банка и его сервисов в любое время.

Online-банкинг. «Чистые» online-банки также испытывают кризис доверия со стороны клиентов. Часто клиенты выбирают банк, ориентируясь на его физическое присутствие, – тот, отделение которого можно посетить и поговорить с менеджером. На фоне высокой рыночной конкуренции и недостаточного доверия со стороны потребителей последние выбирают банк, ориентируясь не только на выгодные условия, но и на более высокий уровень гарантий, в качестве которых может выступать наличие у банка сети традиционных отделений.

Для решения этой проблемы ING Direct в США и Канаде открывает отделения-кофейни. Таким образом, «виртуальный» формат офиса дополняется присутствием банковского бренда в физическом мире. Банки-кофейни ING Direct не ориентированы на продажу банковских продуктов, но выполняют важную роль в выстраивании отношений с клиентами, привлечении новых категорий клиентов и повышении уровня доверия.

Гаджеты на службе банков. С бурным развитием IT-технологий и снижением стоимости цифровых гаджетов банковская индустрия получила возможность испытать применение различных устройств для продвижения и продажи

финансовых продуктов. Интерактивные столы, планшетные компьютеры, электронные киоски и видеостены – это неполный перечень используемых для подобных целей устройств. Так, например, кредитный союз Coast Capital (США) предполагал использовать iPad для продвижения продуктов в отделениях и консультирования клиентов. Флагманское отделение Barclays в центре Лондона предлагает клиентам и гостям туристическую и общественно важную информацию с помощью интерактивных киосков и видеостены.

Банки стремились представить свои продукты и услуги в более привлекательном виде, используя технологии, уже ставшие привычными для потребителя. На практике оказалось, что клиентам также неинтересно смотреть рекламу банков с экранов компьютеров, как и по телевизору. Таким образом, в пилотных концепциях устройства с функциями touch-скрин и планшетные компьютеры остались невостребованы клиентами, а попытка банков подменить общение с менеджерами различными гаджетами оказалась неудачной. Лишь немногим банкам удалось привлечь внимание к своим интерактивным устройствам благодаря качественному контенту и востребованному функционалу.

Банки в Сети. Банки стремятся вести активную жизнь в online-пространстве, используя свои web-сайты, поисковые системы, социальные сети. Происходящее в Сети почти невозможно контролировать, и риски, связанные с распространением негативного мнения, очень велики. Так или иначе, банкам придется учиться завоевывать доверие интернет-аудитории. В свою очередь, Интернет может стать для банков хорошим источником идей и обратной связи с клиентом.

Commonwealth Bank (Австралия) создал специальный web-сайт IdeaBank, на котором предлагает обычным людям высказывать идеи о новых банковских продуктах и желаемых изменениях в банковской индустрии. Методом голосования и оценок экспертов будет выбран победитель, который за свои идеи получит 10 тыс. долл. В принципе, этот web-сайт представляет собой внешний департамент R&D.

Этим же путем пошли Danske Bank (Дания) и First Direct (Великобритания), которые также открыли online-лаборатории инноваций.

Что касается продажи финансовых услуг через Сеть, мало кто сомневается, что мобильный и интернет-банкинг потеснит в будущем другие каналы, но очевидно, что это не произойдет так быстро, как ранее предполагалось. Ни банки, ни их клиенты пока не готовы к этому.

Центральный банк России периодически предлагает коммерческим банкам (второго уровня) различные инновации, которыми активно пользуются за рубежом.

Краудсорсинг (от английского слова crowd – «толпа» и sourcing – «использование ресурсов») – это процесс переадресации ряда производственных обязанностей для выполнения их желающими пользователями, простым языком – мобилизация людских ресурсов для решения вопросов, которые возникают в процессе ведения бизнес-проектов, в руководстве государством и обществом.

Краудсорсинг отображает то, что считают «инновацией в пользователя», при которой компании рассчитывают на конечных потребителей не только как на клиентов, но и как на участников процедуры создания новых технологических качеств. Это направление сформировалось с целью воплощения в жизнь желания обычного человека бесплатно или за символическую плату увидеть реализацию своих предложений. Общий процесс управляется одной фирмой, которой и будет принадлежать финальный результат.

Блокчейн (цепочка блоков) – это распределенная база данных, у которой устройства хранения данных не подключены к общему серверу. Эта база данных хранит постоянно растущий список упорядоченных записей, называемых блоками. Каждый блок содержит метку времени и ссылку на предыдущий блок.

Применение шифрования гарантирует, что пользователи могут изменять только те части цепочки блоков, которыми они «владеют» в том смысле, что у них есть закрытые ключи, без которых запись в файл невозможна. Кроме того, шифрование гарантирует синхронизацию копий распределенной цепочки блоков у всех пользователей.

Мастерчейн – это инструмент взаимодействия между участниками финансового рынка, использующий технологию распределенных реестров. Он позволяет проводить платежи в режиме онлайн, оперативно подтверждать актуальность данных о клиенте или сделке, а также быстро создавать финансовые сервисы. Кроме того, мастерчейн ускоряет обмен информацией между контрагентами и обеспечивает необходимый уровень доверия при проведении финансовых операций, отмечают в ЦБ.

Мастерчейн открывает для банков новые возможности, например, переводить платежи в реальное время. Клиринг платежей больше не будет занимать несколько дней, а будет проходить онлайн.

Появление новых потребностей и продуктов, усиление активности домохозяйств и другие явления существенно трансформировали банковский бизнес на денежном рынке. Восходящая тенденция при поступательном развитии экономики обеспечивает необходимые условия для реализации его продуктов. В условиях экономического спада денежный рынок замыкается на интересы выживания, активизируются потенциально заложенные в банковском деле нисходящие трансформационные процессы. Таким образом банковские инновации за рубежом можно обобщить в таблицу 1.2.

Из всего сказанного можно сделать следующий вывод: сегодня наиболее успешные инновации, внедряемые банками, связаны с изменением подходов к обслуживанию клиента. Технологии и каналы продвижения услуг уходят на второй план, так как они решают лишь технические моменты, не подменяя персонального подхода к клиенту и доверия с его стороны. Развитие технологий несколько сместило фокус внимания экспертов от отделений в сторону альтернативных каналов продаж. Однако банковские отделения до сих пор остаются главным каналом продаж финансовых продуктов, генерируя до 90% продаж.

Таблица 1.2 – Банковские инновации за рубежом

Наименование банка	Банковская инновация
--------------------	----------------------

Tesco Bank	Кредит с самым длинным grace-периодом (13 месяцев)
Metro Bank	Банк работает 7 дней в неделю. У клиента Metro Bank - ощущение персонального банкира, который будет знаком с клиентом персонально и способен решить любые вопросы, не переключая клиента на других специалистов. В Metro Bank счет открывается за реальные 15 минут. В это время входит выпуск пластиковой карты, клиент уходит из отделения к полностью готовым к использованию продуктам. Call-центр банка работает круглосуточно, отвечает живой человек, не автоответчик.
ING Direct	Предоставляет услуги прямого банковского обслуживания, не имея при этом ни одного отделения или филиала. В банке всего один тип сберегательного счета и один тип текущего. Нет ни минимальных балансов, ни комиссий.
Commonwealth Bank	Банк выделил 930 кв.м под свою инновационную лабораторию, в которой происходит обсуждение идей, разработка новых продуктов и решений, а также обсуждение решений вместе с клиентами, партнерами, стартапами и экспертами индустрии.

Несомненно, банкам выгодно продавать стандартизированные продукты и пакеты услуг, минимизировать общение с клиентами, а также использовать ДБО. Однако, со своей стороны, клиенты выражают потребность в персонализированном подходе и выборе только тех продуктов, которые им действительно необходимы. Поэтому банкам прежде всего необходимо внедрять те инновации, которые смогут организовать мост между этими двумя противоположными позициями и представить предложение банков в наиболее привлекательном для клиентов формате.

1.4 Проблемы и перспективы осуществления инновационных банковских услуг в России

Концепция развития финансового рынка России до 2020 года, которая была одобрена Правительством России, включает внедрение финансовых инноваций в сфере обслуживания физических лиц на базе дистанционного банковского обслуживания.

Рассмотрим проблемы и перспективы развития банковских инноваций, в основе которых лежит дистанционное банковское обслуживание.

Важнейшей проблемой дальнейшего развития и совершенствования банковских операций является модернизация телекоммуникационных систем, которые, по мнению специалистов, будут неизбежно усложняться и затем широко использоваться во всех странах мира. С другой стороны – это проблема распространения и доступности таких телекоммуникационных систем среди населения [3, с. 30].

Основными сдерживающими факторами развития дистанционного банковского обслуживания в России являются недостаточно широкое распространение интернета, невысокая степень доверия к электронным каналам в части их надежности, а также, что важно, низкая востребованность.

Еще одной проблемой развития дистанционных форм банковского обслуживания является надежность электронных каналов. Рост подключенных пользователей к системам дистанционного банковского обслуживания не слишком продвинутых пользователей привел и к увеличению числа хищений у частных клиентов банков. В российском интернете участились сетевые атаки на сайты и серверы кредитных организаций, а также попытки неправомерного получения персональной информации пользователей систем дистанционного банковского обслуживания – паролей, секретных ключей, аналогов собственноручной подписи, PIN-кодов и др. [5, с. 16].

Клиентам нужно разъяснять, что в их же интересах не передавать персональные данные неуполномоченным лицам, не использовать банковские карты в организациях торговли, не вызывающих доверия, не называть PIN-код карты при заказе товаров по телефону или через Интернет и т. д.

Быстрое и устойчивое развитие экономики страны зависит не только от внедрения новых, более эффективных производственных и финансовых технологий, но и от готовности и способности населения воспринимать и использовать такие технологии. Поэтому существенной проблемой развития

банковских инноваций в сфере обслуживания физических лиц является повышение финансовой грамотности граждан России.

Под финансовой грамотностью понимают знание о финансовых институтах и предлагаемых ими продуктах, умение их использовать при возникновении потребности в этом, а также осознание последствий своих действий. Финансовая грамотность как понятие разбивается на три взаимосвязанных части: установки, знания и навыки.

Другая важная установка, препятствующая развитию финансовой активности населения, – недоверие населения финансовым институтам. Преодоление такого отношения необходимо через убеждение людей в том, что существование данных институтов является нормой для любого современного общества, неотъемлемым и функциональным элементом рынка.

Дистанционное обслуживание клиентов позволяет банкам серьезно экономить на организации дополнительных офисов. Им не приходится беспокоиться по поводу постоянного роста арендных ставок на рынке коммерческой недвижимости, пропадает необходимость в дополнительном персонале и оборудовании. Клиентам, в свою очередь, удобно распоряжаться деньгами на своих банковских счетах, не выходя из дома. Но все эти преимущества существуют лишь в теории, на практике, как оказалось, лишь каждый четвертый клиент кредитной организации хотя бы раз в жизни пользовался услугами интернет-банкинга.

Даже тех, кто пару раз заходил на собственную страницу в системе интернет-банка, полноценными пользователями назвать нельзя: подавляющее число новых клиентов используют интернет-банкинг для получения информации об остатках на счетах и выписок по ним. А остальные платежные функции системы, такие как оплата коммунальных счетов, услуг связи, переводы на счета организаций, конвертация и так далее, остаются невостребованными. Эксперты связывают это с многолетней привычкой россиян расплачиваться наличными и их недоверием к электронным системам. Для успешного продвижения банковских услуг через Интернет не менее важным фактором, чем технологии, является живое общение.

Дефицит ресурсов и экспансия зарубежных кредитных организаций стимулируют российские банки внедрять различные формы внеофисного банковского обслуживания – сеть отделений или филиалов для банка уже не является необходимым условием работы на денежно-финансовом рынке. В процесс осуществления банковских операций включаются небанковские учреждения (агенты), мобильные телефоны, интернет, функционально оснащенные банкоматы, программы удаленного доступа к управлению счетом. Применение инновационных технологий направлено на повышение доли банковского самообслуживания в общем числе банковских сделок.

На сегодняшний момент использование небанковских организаций для оказания банковских услуг является перспективным направлением для банков. Успех агентского банкинга напрямую зависит от внедряемых информационных и коммуникационных технологий, которые применяются клиентами, розничными агентами и банками или небанковскими организациями для регистрации и передачи данных об операциях. Каналы, независимо от их протяженности, должны быть скоростными, надежными и недорогими. Это важное условие предоставления агентского банковского обслуживания, например, в сельской местности, где открытие отделения банка не окупало бы затраты на его содержание [8, с. 29].

Наряду с использованием агентских соглашений повышается значимость банковского самообслуживания. Например применение банковских технологий в развитии электронных кассовых узлов и банкоматов с функциями финансового офиса. Использование банкоматов для выполнения практически всех денежно-финансовых операций высвобождает банковских служащих, позволяя им сосредоточиться на оказании более специализированных видов услуг, и дает возможность в перспективе сократить затраты на предоставление услуг населению. Применение подобных автоматов отражает потребность банков приблизить свои услуги к потенциальным клиентам. Для клиентов важным остается отсутствие временных и пространственных рамок для осуществления операции. Для банков наличие сети банкоматов с возможностью не только

проводить операции по выдаче средств с пластиковой карты, но и включающей в себя прием денежных средств в счет оплаты автокредита, задолженности по кредитной линии, пополнение пластиковой карты, депозита, является преимущественным в конкурентной борьбе за клиентов. Особенно эффективна работа банкоматов в субботние и воскресные дни, когда большинство отделений банков имеет ограниченный график работы, либо не работает совсем.

В некоторых европейских странах ситуация с использованием услуг интернет-банкинга еще более прогрессивная. Например, в Финляндии, Норвегии и Швеции их оказывают приблизительно 90 % банков. В Швеции онлайн-операции совершают 54 % пользователей, в Норвегии – 48 %, в Дании – 43 %.

В России рынок дистанционного обслуживания частных лиц пока что значительно отстает от Европы и США. По приблизительным подсчетам, общее число российских пользователей интернет-банкинга оценивается примерно в 2,8 млн человек, но, в целом, все идет к тому, что российские граждане вскоре будут отдавать предпочтение именно дистанционным банковским услугам.

В особенности, в настоящее время, ни одной из систем Интернет-банкинга для частных клиентов не предусматривается подключение без физического обращения перед этим в банк, если только клиент уже не является держателем платежной карты банка.

Так же невозможно заказать консультацию или отправить документы на кредит без посещения офиса банка, что является еще одной из проблем дистанционного банковского обслуживания.

Таким образом, возможность подключения имеется лишь у уже действующих банковских клиентов, и в случае наличия у них платежной карты. Вместе с тем, к сожалению, стать банковским клиентом удаленно возможность отсутствует.

То есть, функционал онлайн-банкинга, предложенного на сегодняшний день банками России является частично с ограниченным набором функций по отношению к безопасным процедурам, не требующим клиентской подписи и существующим в других странах. Вместе с тем, каждым банком может выпускаться собственная электронно-цифровая подпись, чем усложняется задача

перед пользователями, прибегающими к услугам, предоставляемым интернет-банкингом различных банков ввиду отсутствия у них ЭЦП.

В результате, благодаря инновациям в развитии удаленных каналов продаж для частных клиентов преобразуются традиционные формы расчетно-кассового обслуживания, а также розничное кредитование [3, с. 32].

Для российских банков существуют перспективы, которыми необходимо воспользоваться, пока этим не воспользовались конкуренты.

Главная перспектива – привлечь с помощью дистанционного обслуживания новых клиентов, т. е. те 33 % населения, которые вообще не имеют банковских счетов. В труднодоступных районах, где сложно открыть и содержать филиалы, возможности мобильного и Интернет-банкинга очень важно.

Вторая возможность – стимулировать существующих клиентов к более частому и более разнообразному использованию банковских услуг. Если дистанционная работа будет выгодна и удобна для клиента, то предлагаемые другие услуги, нужные именно данному клиенту, с большой вероятностью заинтересуют его [5, с. 15].

Электронное взаимодействие с клиентами позволит банкам эффективно собирать, хранить и обрабатывать данные о клиентах и их операциях, а также учесть их личные потребности и сделать обслуживание более персонализированным.

Таким образом, можно обобщить проблемы и перспективы осуществления инновационных банковских услуг в таблицу 1.3.

Таблица 1.3 – Проблемы и перспективы введения банковских инноваций.

Проблемы	Перспективы
1 Недостаточно широкое распространение интернета	Использование небанковских организаций для оказания банковских услуг (агентский банкинг)
2 Невысокая степень доверия к электронным каналам	Использование банкоматов для выполнения практически всех денежно-финансовых операций
3 Низкая востребованность электронных каналов	Привлечение с помощью дистанционного обслуживания новых клиентов
4 Не надежность электронных каналов	стимулировать существующих клиентов к более частому и более разнообразному использованию банковских услуг

5 Недостаточная финансовая грамотность среди определенных слоев населения России	Электронное взаимодействие с клиентами позволит банкам эффективно собирать, хранить и обрабатывать информацию о клиентах
6 Подавляющее число клиентов не являются полноценными пользователями	
7 Невозможность использования дистанционного банковского обслуживания для населения без посещения офиса банка	
8 Отсутствие у определенных банков электронно-цифровой подписи, что ограничивает набор функций онлайн-банкинга	

Взаимосвязь инновационного развития и перспектив сложных банковских продуктов обусловлена новыми подходами к сегментации клиентов, заключающейся в формировании лояльности, как имеющих клиентов, так и вновь привлекаемых. Необходимость осуществления различных и важных задач развития коммерческого банка, продиктована потребностью в разработке и внедрении инновационных механизмов, направленных на повышение эффективности осуществляемой деятельности, так как практика показывает наличие отставания по ряду важных параметров от финансовых институтов многих развитых стран, что требует постоянного совершенствования деятельности банков в РФ.

2 АНАЛИЗ БАНКОВСКИХ ИННОВАЦИЙ В СФЕРЕ ОБСЛУЖИВАНИЯ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ НА ПРИМЕРЕ ПАО СБЕРБАНКА РОССИИ

2.1 Рейтинговая оценка российских банков по данным независимых агентств и ЦБ РФ

Надежность банка во многом определяется его финансовой устойчивостью. Финансовая устойчивость – это способность банка противостоять внешним и внутренним негативным факторам, влияющим на его финансовое положение.

Для того, чтобы было легче определить надежность и финансовую устойчивость банка, существуют банковские нормативы [19].

Банк России устанавливает нормативы, которые обязана выполнять каждая кредитная организация в нашей стране. Банковские нормативы рассчитываются на основе ежемесячной финансовой отчетности банков и постоянно отслеживаются ЦБ. Порядок расчета нормативов прописан в Инструкции Банка России от 18 мая 2017 года № 139 – И «Об обязательных нормативах банков». В случае несоблюдения нормативов регулятор может взыскать с кредитной организации штраф, ввести запрет на осуществление ею некоторых банковских операций, а в некоторых случаях даже отозвать у банка лицензию. Впрочем, иногда ЦБ идет навстречу кредитной организации и в индивидуальном порядке может изменить на срок до шести месяцев нормативы для «проштрафившегося» банка. Новые послабления по нормативам для банков вряд ли возможны и не окажут существенной поддержки участникам рынка, считают эксперты. «При попытке изменить нынешнюю систему банковских нормативов может встать вопрос об актуальности принятых показателей, повышении прозрачности определения серьезности нарушений, исходя из их длительности и частоты, а также о выделении главных и второстепенных нормативов.

Всего ЦБ предписывает соблюдать 9 нормативов. Основными из них принято считать норматив достаточности капитала Н1 (минимум 8 %) и нормативы ликвидности Н2 (минимум 15 %), Н3 (минимум 50 %), Н4 (максимум 120 %). (таблица 2.1)

Финансовые показатели банка и банковские нормативы следует рассматривать в динамике. Так можно увидеть те или иные тенденции.

Таблица 2.1 – Банковские нормативы, утвержденный ЦБ РФ 18 мая 2017 для банков второго уровня [30]

Наименование	Норма	Экономический смысл
Н1 – норматив достаточности капитала	min 8 %	Ограничивает возможности роста банка без увеличения капитала банка
Н2 – норматив мгновенной ликвидности	максимум 15 %	Характеризует риск потери ликвидности банком за один день
Н3 – норматив текущей ликвидности	максимум 50 %	Характеризует риск потери ликвидности банком в краткосрочном периоде (в течении 30 дней)
Н4 – норматив долгосрочной ликвидности	максимум 120 %	Характеризует риск потери банком ликвидности в долгосрочном периоде
Н5 – норматив общей ликвидности	отменен с 23.04.2005 года	общая ликвидность — отношение ликвидных активов к совокупным активам
Н6 – норматив максимального размера риска на одного заёмщика или группу связанных заёмщиков	максимум 25 %	Ограничивает размеры крупных кредитов. В западных странах показатель намного жестче – не более 5–10 % капитала банка
Н7 – норматив максимального размера крупных кредитных рисков	максимум 800 %	Ограничивает долю крупных кредитов в кредитном портфеле банка. Крупные кредиты могут превышать капитал банка в 8 раз (800 %).
Н8 – максимальный размер риска на одного кредитор	отменен с 01.04.2004 года	Ограничивает средства (кредиты, в т.ч. межбанковские, депозиты, остатки на счетах), привлеченные банком от одного или группы связанных кредиторов (вкладчиков), 25 % от капитала банка
Н9.1 – норматив максимального размера кредитов, поручительств и гарантий, предоставленных собственникам банка	максимум 50 %	Ограничивает возможности злоупотреблений со стороны собственников банка
Н10.1 – норматив совокупной величины риска по инсайдерам банка	максимум 3 %	Ограничивает возможности злоупотреблений со стороны инсайдеров банка
Н11 – максимальный размер привлеченных денежных вкладов (депозитов) населения	отменен в с 01.04.2004 года	Устанавливается как процентное соотношение общей суммы денежных вкладов (депозитов) населения и величины собственных средств (капитала) банка, где 100 % привлеченных денежных вкладов населения должны покрываться собственным капиталом банка на 100%
Н12 – норматив использования собственных средств банка для приобретения акций (долей) других юридических лиц	максимум 25 %	Жестко ограничивает размеры вложений банка в акции (доли) других компаний – не более 25 % капитала банка

Рейтинг стоит рассматривать только как одну из характеристик банка. Наиболее правильным будет обратить внимание на историю финансовой организации, отзывы о ней, состав собственников, руководство, условия обслуживания и другую информацию, способную создать объективную оценку, на основе которой можно принимать решение о сотрудничестве с банком. Рассмотрим и сравним рейтинг банков по данным Центробанка в (таблице 2.2, 2.3) и рейтинг банков по версии Forbes (таблица 2.4).

Таблица 2.2 – Рейтинг банков по надежности в разрезе активов по данным ЦБ РФ на 2017 год [25]

Наименование банка	Активы		Темп прироста на 01.01.2017 (%)	Место в рейтинге по активам банка
	на 01.01.2016	на 01.01.2017		
«ПАО Сбербанк России»	23 356 226,00	22 336 526,10	-4,37	1
Банк ВТБ (ПАО)	9 500 755,50	9 502 083,60	0,01	2
Банк ГПБ (АО)	5 060 652,40	5 054 328,40	-0,12	3
ВТБ 24 (ПАО)	2 950 360,10	3 086 768,30	4,62	4
АО «Россельхозбанк»	2 632 503,30	2 795 071,30	6,18	5
ПАО Банк «ФК Открытие»	3 038 471,30	2 792 617,70	-8,09	6
АО «Альфа-банк»	2 225 318,00	2 404 102,60	8,03	7
Банк НКЦ (АО)	1 609 729,20	2 312 193,30	43,64	8
ПАО «Московский кредитный банк»	1 206 832,10	1 424 763,80	18,06	9
ПАО «Промсвязьбанк»	1 275 657,40	1 312 393,90	2,88	10

Банк является организацией, которая всегда выступает одновременно заемщиком и кредитором. И для нормальной работы учреждения между этими двумя ипостасями должен соблюдаться здоровый баланс. В свою очередь, наличие у банка собственной финансовой базы, и его осторожность в плане кредитной политики, сводят риск банкротства к минимуму. Следовательно, такое учреждение считается надежным.

Таблица 2.3 – Рейтинг банков по надежности в разрезе капиталов по данным
Центробанка на 2017 год [26]

Наименование банка	Капитал		Темп прироста за 01.01.2017 (%)	Место в рейтинге по капиталу
	на 01.01.2016	на 01.01.2017		
ПАО Сбербанк России	2 678 956,70	3 143 379,40	17,34	1
Банк ВТБ (ПАО)	1 014 666,00	1 017 820,80	0,31	2
Банк ГПБ (АО)	646 057,50	689 640,80	6,75	3
ВТБ 24 (ПАО)	269 987,00	295 760,10	9,55	6
АО «Россельхозбанк»	411 936,90	395 786,00	-3,92	4
ПАО Банк «ФК Открытие»	213 933,00	270 351,50	26,37	7
АО «Альфа-банк»	359 641,50	357 299,80	-0,65	5
Банк НКЦ (АО)	54 310,10	46 214,20	-14,91	22
ПАО «Московский кредитный банк»	154 526,20	141 177,70	-8,64	10
ПАО «Промсвязьбанк»	151 265,20	152 675,80	0,93	9

Выяснив данные показатели, без которых невозможно объективно составить рейтинг Центральному банку России, специалисты определяют список благонадежных банков. По рейтингу Центробанка лидирующими банками остаются ПАО Сбербанк России, ВТБ банк Москвы, Газпромбанк. И действительно, если мы посмотрим на состояние дел у лидеров рейтинга, то увидим, что ПАО Сбербанк России, занимающий верхнюю строку ТОП-100 имеет внушительное количество собственных средств, 10,3 %. Более того, контрольный пакет акций данной организации, принадлежит государству. Хорошим финансовым обеспечением своей деятельности могут похвастаться и другие лидеры: «Альфа банк» (11 %), «ВТБ» (9,5 %), государственный банк «Россельхозбанк» (11,7 %) и т.д. [13].

Таблица 2.4 – Обобщающий рейтинг банков по версии Forbes на 2017 год на основе данных: Эксперт РА, Интерфакс, S&P, Fitch, Moody's) [24]

Место в рейтинге	Банк	Оценка рейтинговых агентств	Активы, млрд руб.		Достаточность капитала, %		Норматив мгновенной ликвидности, %		Рентабельность капитала, %		Доля депозитов физлиц и ИП в пассивах, %	
			01.01. 2016	01.01. 2017	01.01. 2016	01.01. 2017	01.01. 2016	01.01. 2017	2016	2017	01.01. 2016	01.01. 2017
1	ПАО Сбербанк России	Ba2 (Moody's), BBB– (Fitch)	23 560,7	22 336,50	11,9	13,7	110,2	217,8	9,4	20,2	35,5	39,6
2	Юникредит Банк	BB+ (S&P), BB B– (Fitch)	1 471	1 196,6	12,9	16,7	107,6	145,6	3,7	10,1	8,8	8,9
3	Росбанк	Ba2 (Moody's), BBB– (Fitch)	895,7	786,5	15,3	14,1	120,8	163,5	0	7,7	17,5	18
4	Райффайзенбанк	Ba2 (Moody's), BBB– (Fitch)	871	768,5	13,9	16,3	96,2	138,9	8,6	20	23	19,6
5	Ситибанк	BBB– (Fitch)	514	442,3	14,8	15,2	150,9	313,1	27,8	19,3	11,8	11,8
6	Банк Интеза	BBB– (Fitch)	77	59,1	17,5	19,3	68,3	73,9	–10	–5,2	10,4	13,1
7	Бэнк Оф Чайна	BBB– (Fitch)	44,4	29,2	40,9	55,4	93,2	95,6	17	7,1	2,7	4,2
8	ВТБ	Ba2 (Moody's), BB+ (S&P)	9380,7	9502,1	13,2	11,1	61,5	34,5	5,6	10,8	0,3	5
9	Газпромбанк	A++ (Эксперт РА), Ba2 (Moody's), BB+ (S&P), BB+ (Fitch)	5077,7	5054,3	13,6	13,9	50,1	48,8	–6,2	17,2	10,7	10,8
10	Россельхозбанк	Ba2 (Moody's), BB+ (Fitch)	2 756,8	2 795,1	16,6	16,4	148,3	92,3	–23,2	1,5	16,9	19,7

Forbes изучил положение ведущих российских банков, которые продолжают сотрудничать с рейтинговыми агентствами, и выбрал самые надежные из них. При выборе банка Forbes учитывал три параметра: наличие рейтинга, активы более 10 млрд. рублей, доля вкладов физических лиц более 3 % пассивов [11].

Самые надежные банки в России – «дочки» иностранных банков и крупнейшие госбанки: ПАО Сбербанк России, Юникредит и Росбанк. ПАО Сбербанк России – единственный российский банк, сохранивший инвестиционный рейтинг.

Активы ПАО Сбербанка России на 1 января текущего года составили 22,337 трлн руб., рентабельность капитала в 2016 году достигла отметки в 20,2 %. Доля депозитов физических лиц и ИП в пассивах ПАО Сбербанка России на 1 января этого года составила 39,6 % против 35,5 % в 2016 году. Согласно рейтингу банка от агентства Moody's, он находится на уровне «Ba2», от Fitch – «BBB-».

На втором месте рейтинга – банк Юникредит, капитал которого оценивается в 1,197 трлн. руб, достаточность капитала – 16,7 % против 12,9 % годом ранее. S&P присвоило банку рейтинг «BB+», Fitch — «BBB-».

Третье место занял Росбанк. Активы этой кредитной организации оцениваются в 786,5 млрд руб. Рейтинг банка по версии Moody's находится на уровне «Ba2», Fitch – на уровне «BBB-». Достаточность капитала на начало 2017 года снизилась с 15,3 % до 14,1 % по отношению к прошлому периоду. Однако увеличился с 120,8 % до 163,5 % норматив мгновенной ликвидности. Рентабельность собственного капитала за прошлый год составила 7,7 % [24].

Из-за особенностей расчета кредитного рейтинга агентствами из «большой тройки», банки не могут получить рейтинг больше, чем страна, в которой они находятся. На сентябрь 2016 года, по данным агентства Fitch, кредитный рейтинг РФ – «BBB-». В связи с этим банки, находящиеся в России, не могут получить рейтинг больше «BBB-».

Улучшение прогноза рейтингового агентства Moody's по рейтингу России стало возможным благодаря действиям правительства по снижению зависимости экономики от нефтегазовых доходов и восполнения суверенных фондов, заявил министр финансов Антон Силуанов. По его словам, таким образом, теперь все три агентства «подтверждают факт стабилизации российской экономики, ее выхода из рецессии».

Таблица 2.5 – Рейтинг банков на 2017 год на основе S&P, Fitch, Moody's [24]

Банк	Место в рейтинге	Активы			Достаточность капитала			Норматив мгновенной ликвидности		
		Moody's	Fitch	S&P	Moody's	Fitch	S&P	Moody's	Fitch	S&P
ПАО Сбербанк России	1	Ba2	BBB-	–	Ba2	BBB-	–	Ba2	BBB-	–
Юникредит Банк	2	–	BBB-	BB+	–	BBB-	BB+	–	BBB-	BB+
Росбанк	3	Ba2	BBB-	–	Ba2	BBB-	–	Ba2	BBB-	–
Райффайзенбанк	4	Ba2	BBB-	–	Ba2	BBB-	–	Ba2	BBB-	–
Ситибанк	5	–	BBB-	–	–	BBB-	–	–	BBB-	–
Банк Интеза	6	–	BBB-	–	–	BBB-	–	–	BBB-	–
Бэнк Оф Чайна	7	–	BBB-	–	–	BBB-	–	–	BBB-	–
ВТБ	8	Ba2		BB+	Ba2		BB+	Ba2		BB+
Газпромбанк	9	Ba2	BB+	BB+	Ba2	BB+	BB+	Ba2	BB+	BB+
Россельхозбанк	10	Ba2	BB+	–	Ba2	BB+	–	Ba2	BB+	–

Международное рейтинговое агентство Moody's улучшило прогноз по суверенному рейтингу России с негативного до стабильного, подтвердив рейтинг на спекулятивном уровне «Ba1». Агентство также улучшило прогноз по рейтингу российских государственных облигаций с негативного до

стабильного. Рейтинги были подтверждены на уровне «Ba1», а краткосрочный рейтинг – на уровне «Not Prime».

Позитивный прогноз означает, что S&P может повысить кредитный рейтинг России в случае, если российская экономика продолжит процесс адаптации к относительно низким нефтяным ценам, а размер чистого государственного долга будет оставаться небольшим, отмечается в релизе.

В сентябре 2016 года S&P уже улучшал прогноз по рейтингу России с «негативного» до «стабильного». Тогда это стало первой с 2010 года положительной оценкой суверенного рейтинга России со стороны международных рейтинговых агентств. S&P считает, что банковский сектор России продолжит оставаться уязвимым, однако эксперты агентства видят «ранние сигналы к стабилизации» в этой сфере [24].

Информация о том, что ЦБ аккредитовал филиалы S&P, Fitch Ratings и Moody`s, размещена на сайте регулятора. Внесение в реестр дает международным агентствам право продолжить свою работу на территории России после 13 июля 2017 года, когда закончится переходный период. О заявках на аккредитацию агентства сообщали в первом квартале 2017 года, однако глава департамента развития финансовых рынков Елена Чайковская не исключала, что кто-то из агентств может не успеть получить аккредитацию, так как максимальный срок рассмотрения заявки составляет шесть месяцев, а делать исключения даже для большой «тройки» и сокращать срок рассмотрения ЦБ не планировал [26].

Впрочем, хотя «тройка» и получила право продолжить работу в России, решение с полноценной рейтинговой деятельностью – пока вопрос будущего. Для этого международным агентствам необходимо создавать полноценные «дочки». Только при работе в таком формате рейтинги большой «тройки» будут учитываться в регуляторных целях. Пока же агентства получили право продолжать присваивать рейтинги только по международной шкале. Эти рейтинги не будут учитываться при допуске к госфинансированию, при листинге на бирже и для включения бумаг в ломбардный список ЦБ. То есть

единственная цель получения таких рейтингов для российских эмитентов – это привлечение финансирования из-за рубежа, что актуально для ограниченного круга игроков.

2.2 Экономическая характеристика Уральского банка ПАО Сбербанк России

ПАО Сбербанк России уже не первый год удерживает лидирующие позиции в различных рейтингах. ПАО Сбербанк России сегодня – это кровеносная система российской экономики, треть ее банковской системы. Банк дает работу и источник дохода каждой 150-й российской семье. Только в России у Сбербанка более 110 миллионов клиентов – больше половины населения страны, а за рубежом услугами Сбербанка пользуются около 11 миллионов человек. Основным акционером и учредителем ПАО Сбербанк России является Центральный банк Российской Федерации, который владеет 50 % уставного капитала плюс одна голосующая акция. Другими акционерами Банка являются международные и российские инвесторы [20].

ПАО Сбербанк России имеет 14 территориальных банков и 17493 подразделения в 83 субъектах федерации (рисунок 2.1).



Рисунок 2.1 – Региональная сеть ПАО Сбербанк России

Уральский банк обслуживает клиентов на территории четырех субъектов Российской Федерации в Свердловской, Челябинской, Курганской области, Республике Башкортостан.



Рисунок 2.2 – Состав Уральского банка ПАО Сбербанк России

Уральский банк ПАО Сбербанка России обладает самой разветвленной в регионе филиальной сетью, состоящей из 4 головных отделений и 1 690 офисов, из которых 45 отделений самообслуживания, предоставляющих полный спектр банковских услуг на банковском рынке, охватывающем свыше 12 млн. человек. Штаб-квартира Уральского банка расположена в городе Екатеринбурге. Уральский банк обслуживает около 40 миллионов счетов вкладчиков, клиентами являются более 80 тысяч юридических лиц. Банк активно развивается сам и вносит ощутимый вклад в дело укрепления экономики и социальной стабильности региона [31].

Доля банка на рынке региона по привлечению средств физических лиц на 01.07.2016 составила 44,0 %, по привлечению средств юридических лиц – 30,5 %, по кредитованию физических лиц – 40,7 %, по кредитованию юридических лиц – 19,6 % (с учетом других Территориальных банков и Центрального аппарата).

Общий объем привлеченных Уральским банком средств на 1 июля 2016 года составил 771,8 млрд. руб., из них средств населения – 575,9 млрд. руб., средств юридических лиц и предпринимателей – 188,3 млрд. руб., средств банков – 7,6 млрд. рублей (без учета средств Банка России). Объем кредитного портфеля достиг 821,0 млрд. руб., из них кредиты, предоставленные населению, 365,2 млрд. руб., юридическим лицам и предпринимателям 455,8 млрд. руб. Остаток портфеля размещенных ценных бумаг достиг 850,7 млн. руб. [29].

Рассмотрим показатели деятельности ПАО Сбербанк России.

Доля неработающих кредитов в кредитном портфеле ПАО Сбербанк России в IV квартале снизилась до 4,4 % по сравнению с 4,9 % в III квартале и 5,0 % в конце 2015 г. Улучшение качества кредитного портфеля позволило Сбербанку снизить расходы на резервирование потерь в 2016 г. на 120 млрд. руб., что также позитивно отразилось на прибыли [17].

Рассмотрим и другие показатели деятельности ПАО Сбербанк России (таблице 2.6).

Таблица 2.6 – Анализ показателей баланса ПАО Сбербанка России (млн. руб.) [20–22]

Показатель баланса	на 01.01.2015	на 01.01.2016	Изменение на 01.01.2016 (%)	на 01.01.2017	Изменение на 01.01.2017 (%)
Активы	21 850 568	23 077 891	5,6	22 003 174	– 4,70
Кредиты юридическим лицам	11 699 387	12 262 654	4,8	11 329 473	– 7,60
Кредиты физическим лицам	4 069 937	4 134 723	1,6	4 336 951	4,90
Резервы на возможные потери по кредитам клиентам	810 593	997 377	23	1 009 044	1,20
Вложения в ценные бумаги	1 916 465	2 271 497	18,5	2 049 272	– 9,80
Средства физических лиц	8 514 243	10 859 253	27,5	11 449 806	5,40
Средства юридических лиц	5 068 560	6 737 828	32,9	5 401 777	-19,80
Собственные средства	1 982 338	2 328 153	17,4	2 842 092	22,10
Капитал базовый	1 627 563	1 756 562	7,9	2 268 141	29,10
Капитал основной	1 627 563	1 756 562	7,9	2 268 141	29,10
Капитал общий	2 335 300	2 658 051	13,8	3 142 800	18,20
Достаточность капитала Н1.1 (мин. 4,5 %)	8,2 %	7,90 %	–	10 %	–
Достаточность капитала Н1.2 (мин. 6,0 %)	8,2 %	7,90 %	–	10 %	–
Достаточность капитала Н1.0 (мин. 8,0 %)*	11,6 %	11,90 %	–	13,80 %	–

На отчетную дату (01 января 2017 г.) величина активов ПАО Сбербанк России составила 22003, 17 млрд.руб. За год активы уменьшились на – 4,7 %. Доля резервирования на потери по ссудам в течение года имеет тенденцию к увеличению. Средства, привлеченные Сбербанком от населения, в 2016 г. выросли на 5,4 % – до 11 449,8 млрд. руб. Основной приток средств населения пришелся на IV квартал. Этому способствовало увеличение бюджетных расходов, которые транслировались в рост остатков на счетах работников бюджетной сферы и госкомпаний, обслуживаемых Сбербанком. Остатки на счетах корпоративных клиентов сократились в 2016 г. на 19,8 % – до 5401,78 млрд. руб. Данную тенденцию мы связываем с укреплением рубля и оттоком средств в результате крупных приватизационных сделок [14].

Показатели достаточности капитала ПАО Сбербанк России в 2016 г. улучшились. На улучшение нормативов повлияло сокращение взвешенных по риску активов и капитализация прибыли.

Таблица 2.7 – Показатели отчета о финансовых результатах [20–22]

Показатель	на 01.01.2015	на 01.01.2016	Изменение на 01.01.2016 (%)	на 01.01.2017	Изменение на 01.01.2017 (%)
Чистый процентный доход	701 568	792 326	12,9	1 121 094	41,50
Чистый комиссионный доход	230 589	262 605	13,9	318 624	21,30
Чистый доход от валютной переоценки и торговых операций	43 929	68 580	56,1	-19 182	–
Операционные доходы до совокупных резервов	993 941	1 145 644	15,3	1 440 816	25,80
Расходы/доходы по совокупным резервам	– 370 236	– 401 642	8,4	– 256 980	– 36,00
Операционные расходы	– 384 308	– 470 194	22,3	–514 921	9,50
Прибыль до налога на прибыль	239 397	273 808	14,4	668 915	144,30
Чистая прибыль	202 410	218 387	7,9	516 988	136,70

Чистый процентный доход банка увеличился относительно января 2016 года на 41,5 % и составил 1 121 094 млн. руб. Чистый комиссионный доход

увеличился по сравнению с январем 2016 года на 21,3 %. Основной прирост комиссионного дохода обеспечили операции с банковскими картами и расчетно-кассовое обслуживание. Прибыль до уплаты налога на прибыль составила 668 915 млн. руб., чистая прибыль составила 516 988 млн. руб.

Операционные расходы ПАО Сбербанк России в 2016 г. выросли на 9,5 %, что отражает консервативный подход к управлению издержками.

Таблица 2.8 – Показатели рентабельности ПАО Сбербанк России [20–22].

Показатель	на 01.01.2015	на 01.01.2016	на 01.01.2017
Рентабельность активов	1,00%	1,00%	2,30%
Рентабельность капитала	10,40%	10,10%	20,10%
Отношение операционных расходов к доходам	38,70%	41,00%	35,7,00%

Спад активов положительно повлиял на показатель рентабельности активов: за год рентабельность активов выросла с 1,00 % до 2,30 %. Рентабельность капитала за 2016 год составила 20,1 %.

В своей деятельности ПАО Сбербанк России ориентируется на потребности клиентов и постоянно расширяет варианты взаимодействия с ними. Банк подстраивает каналы обслуживания под различные группы клиентов, чтобы получать банковские услуги им было удобно, приятно, выгодно и безопасно [14].

Благодаря планомерному внедрению клиентоцентричной модели обслуживания и развитию каналов продаж в 2016 году ПАО Сбербанк России продемонстрировал устойчивый рост показателей во всех сегментах услуг для частных клиентов. Развитие цифровых каналов продаж позволило предложить современные услуги и сервисы, увеличить количество клиентов и снизить издержки (таблица 2.9).

Без сомнения ПАО Сбербанк России самый сильный банковский бренд в России и обладатель ряда мощных конкурентных преимуществ. В сочетании с фактором позитивной динамика кредитного рынка это позволило банку достигнуть впечатляющих финансовых результатов. Сейчас крупнейший

российский банк занимает 24-е место в мировом банковском рейтинге и 156-е место среди мировых брендов. В 2016 году ПАО Сбербанк России занимал 35-е место в банковском рейтинге, его бренд оценивался в 6,8 млрд долларов. Это единственный российский банковский бренд в рейтинге.

Таблица 2.9 – Основные достижения ПАО Сбербанка России в 2016 году [22].

Показатель	Изменение по пунктам	Значение достижений
Количество активных частных клиентов в России	4,4 п.п.	83,2 млн
Доля на рынке розничных вкладов	0,6 п.п.	46,60 %
Доля на рынке розничных кредитов	1,4 п.п.	40,10 %
Доля на рынке кредитных карт	4,0 п.п.	39,10 %
Доля заработной платы, зачисленной через Сбербанк	4,0 п.п.	50,30 %
Доля пенсионеров, получающих пенсию через Сбербанк	2,1 п.п.	61,00 %
Количество уникальных активных клиентов удаленных каналов (интернет-банк и СМС-сервис)	22 п.п.	47,4 млн
Количество участников Программы лояльности «Спасибо от Сбербанка»	35 п.п.	24,7 млн
Доля безналичного оборота по розничным операциям	10,2 п.п.	50,80 %
Доля безналичных платежей физических лиц	11,2 п.п.	77,40 %
Уровень лояльности частных клиентов NPS	3 п.п.	58 %
Уровень удовлетворенности CSI	0,2 п.п.	9,3 балла

Факторы которые позволили ПАО Сбербанку России обыгрывать рынок слабеют, а новые вызовы появляются на глазах. Оценка компании очень оптимистична. Но отрасль становится все больше цифровой и большая офисная сеть плюс банкоматы может из актива превратиться в пассив. ПАО Сбербанк России контролируется государством и имеет негласные обязательства по поддержанию социальной инфраструктуры и не сможет просто закрыть убыточные офисы или переложить затраты на клиентов.

ПАО Сбербанк России действует более осмотрительно касаясь ввода инновационных технологий. Связи с чем у количество жизнеспособных прибыльных проектов увеличивается.

2.3 Анализ банковских инноваций в банковском секторе России

В настоящее время потребители ожидают от своих банков оперативного и качественного сервиса. Так что именно совершенствование услуг и легкость их использования в наше время стали источником основной волны инноваций на банковском рынке.

Консалтинговая компания Deloitte изучила степень внедрения технологий российскими банками и составила свой рейтинг инновационности банков. Для исследования эксперты выделили основные пункты и разделили их на несколько категорий: безопасность («умная» идентификация), аналитика (BigData, личные финансовые помощники), цифровые технологии (онлайн-кошелёк, бесконтактная оплата и т.д.), автоматизация (роботы в отделениях), геймификация (игры и квесты для клиентов) и P2P-кредитование (таблица 2.10).

Таблица 2.10 – Рейтинг банков консалтинговая компания Deloitte по внедрению новых технологий на 2017 год

Место в рейтинге	Банк	Биометрическая идентификация	Идентификация по голосу	Интеграция с соцсетями	Цифровой кошелек	Торговые платформы	Бесконтактные технологии	геймификация	Инновационное отделение	Баллы
1	ПАО Сбербанк России	2	1	2	2	1	2	2	2	14
2	Тинькофф Банк	1	2	2	2	2	2	2	–	13
3	Альфа-Банк	1	–	2	–	2	2	2	1	10
4	Открытие	1	–	1	–	2	–	1	1	6
5	ВТБ24	1	–	1	–	–	–	1	2	5
5	Русский стандарт	1	–	1	1	–	1	1	–	5

6	Промсвязьбанк	1	–	1	–	1	–	1	–	4
6	Бинбанк	1	–	1	–	–	–	1	1	4
7	Банк Санкт-Петербург	1	–	–	1	–	1	–	–	3

За наличие решения – 1 балл, если у банка оригинальное решение – 2 балла. В топ – 3 рейтинга инновационных банков вошли ПАО Сбербанк России (1 место), Альфа-банк и Тинькофф Банк (2 место), банк «Открытие» (3 место).

Из самых передовых можно отметить внедрение систем биометрической аутентификации. Множество паролей от карт, мобильного и онлайн-банков и других сервисов становится все сложнее запоминать, поэтому биометрическая аутентификация – это, несомненно, будущее защиты информации и данных.

Еще один тренд: все большая роль в работе финансовых учреждений отводится искусственному интеллекту, или чатботам. Эффективность их работы сложно переоценить: достаточно вспомнить длинные классические произведения, которые порой вынуждены слушать клиенты, дозвонившиеся в колл-центры. Так что в скором времени чатботы, обрабатывающие заявки клиентов, станут в банковской сфере нормой.

ПАО Сбербанк России еще в четвертом квартале 2016 года запустил робота-юриста, который может писать искивые заявления. Этот робот позволит кредитной организации в 2017 году высвободить 3 тыс. рабочих мест. «На текущий момент это означает, что практически все иски, которые пишутся у нас по физическим лицам, полностью перейдут в течение полугодия на этих роботов», – пояснил зампред правления ПАО Сбербанка России Вадим Кулик.

«Благодаря цифровой трансформации число сотрудников Сбербанка к 2025 году может сократиться вдвое», – заявил президент ПАО Сбербанка России Герман Греф. Планы по сокращению персонала соответствуют

тренду – появляется все больше сервисов, которые позволяют людям получать услуги самостоятельно и дистанционно [14].

Среди основных направлений развития банковских инноваций в сфере обслуживания физических лиц можно выделить интернет-банкинг, мобильный банкинг. Сегодня Интернет-банкинг выступает одним из наиболее прогрессирующих сервисов. Он позволяет при помощи сайта банка осуществлять виртуальное общение с банком, получать информацию по счетам, выполнять различные финансовые операции 24 часа в сутки. Рассмотрим рейтинг эффективности интернет-банков.

Таблица 2.11 – Рейтинг аналитического агентства Markswebb Rank & Report эффективности интернет-банков на 01.01.2017 год

Место в рейтинге	Интернет-банк	Оценка		
		Эффективность	Функциональность	Удобство пользования
		шкала оценки 0-100	шкала оценки 0-10	шкала оценки 1-5
1	БинБанк	77,8	7,8	4,1
2	Тинькофф Банк	77,4	8,2	3,9
3	Промсвязьбанк	73,5	7,9	3,7
4	Альфа-Банк	66,3	7,2	3,4
5	ВТБ	65,5	6,6	3,6
6	ПАО Сбербанк России	64,3	6,1	3,7
7	Банк Уралсиб	64	6,3	3,6
8	Почта Банк	63	7,2	3,1
9	Райффайзенбанк	62,5	6	3,6
10	Совкомбанк	61,8	6,8	3,2

«Райффайзенбанк» в прошлом году занимал 26-е место в рейтинге, но после перезапуска и внедрение более современного и лаконичного интерфейса с возможностью персонализации главного экрана при помощи виджетов банк занял 9 место [23].

«Тинькофф банк» перешел на новую платформу, интеграция интернет-банка и банковского сайта с возможностью совершать платежи клиентам «с улицы».

Наиболее эффективными с точки зрения наличия функций и удобства интерфейсов были признаны Интернет-банкинги Тинькофф Банка, Промсвязьбанка, Альфа-Банка, ПАО Сбербанк России и Банка Русский Стандарт. Они предлагают своим пользователям большие возможности оплаты разнообразных услуг, внутрибанковских и внебанковских переводов, открытия вкладов и других банковских продуктов онлайн, возможности для контроля за личными расходами и удобный интерфейс для совершения повторяющихся операций.

Таблица 2.12 – Набор услуг, существенно влияющих на рейтинг интернет-банкинг

Банк	Рейтинг ИБ 2017	Услуги				
		Бонусы	Перевод с карты на карту сторонних банков	Открытие и закрытие вклада	Автоплатеж	Наличие бесконтактного способа оплаты смартфоном
Бинбанк	77,8	+	+	+	+	+
Тинькофф Банк	77,4	+	+	+	+	+
Промсвязьбанк	73,5	+	+	+	+	+
Альфа-Банк	66,3	+	+	+	+	+
ВТБ	65,5	+	–	+	+	+
ПАО Сбербанк России	64,3	+	–	+	+	+
Банк Уралсиб	64	+	+	+	+	+
Почта Банк	63	–	–	+	+	+
Райффайзенбанк	62,5	+	–	+	+	+
Совкомбанк	61,8	+	+	+	+	+

Перевод с карты на карту сторонних банков предоставляет клиентам свободу выбора и в совокупности с преимуществами банка способствует их дальнейшему сотрудничеству. Открытие и закрытие вклада онлайн способствует привлечению клиентов и увеличению активов банка. Автоплатежи необходимы в современном мире, где все больше ценится мобильность и удобство предоставляемых услуг [18].

Мобильный банкинг – это система, дающая возможность получения информации и управления средствами на банковском счете с помощью мобильного телефона или планшетного компьютера. Как правило, для этого на мобильное устройство нужно установить специальное приложение или программу, которое позволит использовать данный вид дистанционного банковского обслуживания [17].

По результатам исследования Mobile Banking Rank 2016 аналитического агентства Markwebb Rank & Report выявлено 33 %, или 18 млн. российских интернет-пользователей в возрасте от 18 до 64 лет пользуются мобильными банками для частных лиц. 46,4 %, или 25 млн. человек знают о такой услуге, как мобильный банкинг, но никогда ею не пользовались [2].

Большинство пользователей мобильного банка не заходят в приложение каждый день – это делают только 7,5 %. Почти 70 %, или 38 млн. человек пользуются мобильным банком несколько раз в неделю (37,3 %) или 1 – 2 раза в месяц (32,5 %).

Лучший мобильный банк для iPhone и Android – у Тинькофф Банка. В мобильном приложении есть авторизация по отпечатку пальца (в том числе, для Android), онлайн-чат с консультантами банка, реализована технология бесконтактных платежей смартфоном (только для Android), а также возможность подключить автоплатежи и платежи по расписанию, удаленно заказать продукты банка, привязать к аккаунту в приложении карту любого банка и пополнять карту Тинькофф с карты другого банка. История операций и выписка объединены в единую ленту событий.

Лучший мобильный банк для смартфонов на базе WindowsPhone – у ПАО Сбербанк России. Тинькофф потерял лидирующие позиции из-за сокращения функционала (нет фильтров в истории операций, формы оплаты штрафов ГИБДД, возможности проложить маршрут до банкомата и т.д.). В целом большинство исследованных мобильных банков для смартфонов на базе WindowsPhone имеют более «урезанный» функционал по сравнению с iPhone и Android [2].

Лучшим мобильным банком для iPad стало приложение Альфа-Банка за счет расширения функционала выписки по карте и экспорта данных, реализации автоматического определения провайдера по номеру телефона, а также за счет увеличения суммы переводов за разовую операцию. Банки Авангард и Уралсиб потеряли лидирующие позиции, так как в их приложениях существенных изменений за год не произошло.

Для планшетов Android лучшим мобильным банком стало приложение Райффайзенбанка. В нем появился PFM-сервис, возможность пополнения карты с карты другого банка и возможность входа по короткому цифровому коду.

Must-have функционал мобильного банковского приложения: перевод между собственными счетами/картами и на карты других клиентов, оплата коммунальных услуг, мобильной и стационарной телефонной связи, интернет-провайдеров, ТВ, создание и редактирование шаблонов платежей, обмен валют, вход по короткому цифровому коду или графическому ключу, открытие вкладов и счетов.

Таблица 2.13 – Рейтинг аналитического агентства Markswebb Rank & Report о эффективности мобильных банкингов для iPhone и для Android российских банков на 01.01.2017 год
Оформите перенос таблицы!

Место в рейтинге	Мобильный банк для операционной системы iPhone	Оценка эффективности по шкале 0-100 баллов	Мобильный банк для операционной системы Android	Оценка эффективности по шкале 0-100 баллов	Мобильный банк для операционной системы Windows Phone	Оценка эффективности по шкале 0-100 баллов
1	Тинькофф Банк	67,3	Тинькофф Банк	67,3	ПАО Сбербанк России	56,7
2	ПАО Сбербанк России	62,3	Альфа-Банк	60,2	МДМ Банк	55,8
3	Почта Банк	60,5	ПАО Сбербанк России	59,2	МИнБанк	55,8

4	Альфа-Банк	59,8	МДМ Банк	58,9	Банк Санкт-Петербург	52,6
5	МИнБанк	58,8	Лето Банк	58,3	ВТБ24	51,3
6	МДМ Банк	57,4	МИнБанк	55,3	Уралсиб	49,7
7	ЮниКредит Банк	55,7	Райффайзен банк	54,3	Тинькофф Банк	48,6
8	ВТБ24	55,2	ЮниКредит Банк	53,9	Авангард	48,1
9	Открытие	54,5	Промсвязьбанк	52,8	МТС банк	44,8
10	Райффайзен банк	54	Банк Санкт-Петербург	52,3	Альфа-Банк	44,5

Наиболее эффективными мобильными банками с точки зрения наличия функций и удобства интерфейсов для операционных систем iPhone и Android были признаны мобильные приложения Тинькофф банк, ПАО Сбербанк России, Альфа-Банк [2].

В 2017-м банковская сфера также готовит внедрение инновационных технологий, многие из которых еще недавно казались перспективой далекого будущего. Доходы банков от банковской деятельности, особенно в России, вещь малопредсказуемая, и потому неудивительно, что ПАО Сбербанк России как лидер рынка одним из первых объявил своей стратегической целью стать сервисной компанией, финансовой экосистемой и уйти от зависимости, которую создает банковская деятельность. За этой идеей стоит Герман Греф [11].

2.4

Высокая конкуренция в области финансовых сервисов обуславливает банки пересматривать технологию обслуживания клиентов, в стремлении максимально полно удовлетворить их потребности. Поэтому если появляется новое технологическое решение банковских задач, то оно скоро становится элементом банковской инфраструктуры.

Крупные банки открывают целые подразделения, для осуществления инновационных разработок, и получается, что инновационная инфраструктура приобретает важное значение в инновационном процессе. Так ПАО Сбербанк России для решения задач запустил проект «Сбербанк21». Так любой человек, желающий рассказать о своих мыслях и идеях о будущем Сбербанка, в частности, может зарегистрироваться на сайте sberbank21.ru и поделиться ими. В Сбербанке будут управлять с использованием коллективного разума – с помощью такой технологии, как краудсорсинг. Суть метода заключается в том, что задача предлагается неограниченному кругу людей, вне зависимости от их профессиональной, возрастной и статусной принадлежности. Участники краудсорсинг программы образуют сообщество, которое путем обсуждения отбирает наиболее удачное решение [28].

Самые активные участники форума, предложившие наиболее интересные и вместе с тем доступные для реализации решения, будут награждены. Троих победителей наградят существенными денежными призами и пригласят выступить с докладами на конференции. Благодаря этой программе Банк заработал 7 миллиардов рублей. И, конечно же, наградил инноваторов. Авторы предложений, внедренных в бизнес-процессы, получили 8,1 миллиона рублей.

Основной причиной того, что большинство инноваций равно терпят поражение, на наш взгляд, является отсутствие системы управления знаниями. Для систематизации и управления знаниями можно создать инновационную программу «Центр знаний в банк», состоящую из алгоритмов (блоков) и позволяющая решать проблемы внедрения инновационных продуктов в деятельности коммерческих банков (второго уровня).

Таблица 2.14 – Причины проблем внедрения инноваций и один из путей их решения.

Исходная ситуация	Причины неудач	Необходимые решения	Интегральное решение для всех ситуаций
Сотрудниками накоплен обширный индивидуальный опыт	Знания и опыт сотрудников не формализованы и не доступны, нет эффективного обмена знаниями и мотивации	Выявление нехватки знаний, трансформация опыта в знания, создание баз лучших практик, системы непрерывного обучения, культуры обмена знаниями.	Решение создать Центра знаний в банке. Основная цель центра - продвигать решения и содействовать росту интеллектуального капитала, реализация интеллектуального
Высокие затраты на обучение - повышение квалификации большинства сотрудников	Процент применения приобретенных знаний на практике низок. Проблема квалификации сохраняется	Интеграция знаний на единой платформе, создание системы обмена знаниями, удобной навигации	потенциала в интересах банка за счет интеграции, обмена и генерации знаний. Цели Центра: 1) определение стратегических, необходимых знаний; 2) интеграция и
Проекты, подразделения генерируют большие объемы информации	Сложно найти необходимую информацию, высоки временные потери на ее поиск, есть дублирование	Систематизация информации, исключение дублирования, и перегруженности от информации, ее трансформирование в знания	организация знаний на единой платформе; 3) построение систем обмена знаниями; 4) трансформация знаний индивидуумов в интеллектуальный капитал Банка; 5) управление интеллектуальным капиталом Банка

Эффект от создания «Центр знаний в банк» в ПАО Сбербанке России отразился на всех структурных подразделениях на территории РФ и выделился в целом ряде позитивных изменений (таблица 2.15).

Таблица 2.15 – Эффект от создания и применения инновационного продукта – «Центр знаний в банк» Оформите перенос таблицы!

Инновационная программа	Эффект от создания и применения инновационного продукта
«Центр знаний в банк»	1) Рост личной эффективности, производительности и процента применения знаний на практике 2) Рост профессионального мастерства 3) Повышение качества и скорости принятия решений 4) Ускорение внедрения инновационных продуктов 5) Совершенствование бизнес-процессов

	6) Рост удовлетворённости клиентов 7) Рост продаж 8) Ликвидация дефицита знаний 9) Предотвращение ошибок и нарушений 10) Ликвидация информационной перегруженности руководителей 11) Генерация новых знаний, инновационных идей, оценённых сообществом 12) Развитие общего интеллекта команды 13) Рост вовлечённости персонала в процесс непрерывных улучшений, изменение ментальности персонала
--	---

Данные изменения потенциально будут иметь место в других кредитных организациях, которые захотят применить данную программу в своей деятельности.

Знания – критический фактор, оказывающий влияние на внедрение инноваций: развитие новых видов деятельности, совершенствование технологий и услуг, улучшение качества обслуживания, роста удовлетворённости клиентов. Создание в банке системы управления знаниями, позволит создать благоприятные условия для внедрения технологических инноваций и инноваций эффективности

Успех такой системы – в создании единого координационного центра (Центра знаний). Цели которого – продвигать решения и содействовать росту интеллектуального капитала и конкурентоспособности в интересах Банка за счёт интеграции, обмена и генерации знаний. Организация Центра знаний создаст непрерывный процесс обмена и роста знаний, позволит создать единую платформу для интеграции стратегических знаний, сократит затраты на поиск информации, создаст условия для быстрой разработки качественных стратегических решений, увеличит стоимость интеллектуального капитала Банка, позволит им управлять

Рост вовлечённости персонала банка в процесс обмена и генерации знаний – одного из критических факторов успеха системы управления знаниями – возможен с помощью применения технологии краудсорсинга.

Рассмотрим и другие банковские инновации которые вводят банки России в свою работу.

В сентябре 2015 было анонсировано создание рабочей группы внутри ЦБ для изучения технологии блокчейн. Но пока в России решают, что с этим делать, во всем мире уже проходят международные конференции по блокчейну, появляются биткоин-банкоматы (их общее число в мире составляет уже 600 устройств, почти 90 % из них установлены в Северной Америке и Европе), блокчейн-деривативы.

«Очевидно, что применение технологии блокчейн позволит сделать многие финансовые операции прозрачнее, быстрее и эффективнее», заявил вице-президент по развитию новых каналов привлечения клиентов Тинькофф Банка Георгий Чесак.

Применение технологии блокчейн дает существенную экономию издержек на операционную деятельность, регулярные отчеты, межбанковские расчеты в реальном времени, идентификацию клиентов и другие преимущества.

Банки привыкли работать в системах гарантий, где каждая межбанковская транзакция требует особых процедур аутентификации, зачастую дорогостоящих. А некоторые реализации блокчейна позволяют удешевить обработку транзакций без потери качества и на недоступном ранее уровне прозрачности. Как раз последнее свойство прозрачность блокчейна делает невозможным проведение каких-либо «затененных» финансовых операций, которые будут видны только ограниченному списку участников, в блокчейне все видят всё.

Таким образом решается вековая проблема доверия: блокчейн дает возможность гарантировать, проверить и доказать подлинность каких-либо данных, при этом обеспечивая достаточно высокую степень безопасности.

В сентябре 2015 года международная платежная система Visa объявила об инвестициях в компанию Chain Inc., которая является поставщиком решений технологии блокчейн для финансовых организаций. Платежная система участвует в раунде размещения ценных бумаг компании на сумму 30 млн долларов (также участвуют Nasdaq, Citi Ventures, Capital One, Fiserv и

Orange). В Visa уверены, что блокчейн может способствовать продвижению цифровых платежей для финкомпаний и потребителей их услуг.

Таблица 2.16 – Эффект от создания и применения инновационного продукта
Блокчейн

Инновационная программа	Эффект от создания и применения инновационного продукта
Блокчейн	1) обеспечивает существенную экономию издержек на операционную деятельность, некоторые реализации блокчейна позволят удешевить обработку транзакций без потери качества 2) регулярные отчеты, межбанковские расчеты в реальном времени, блокчейн делает невозможным проведение каких-либо «затененных» финансовых операций, в блокчейне все видят все 3) идентификацию клиентов 4) решается вековая проблема доверия: блокчейн дает возможность гарантировать, проверить и доказать подлинность каких-либо данных 5) обеспечивает достаточно высокую степень безопасности 6) блокчейн может способствовать продвижению цифровых платежей для финкомпаний и потребителей их услуг

Ранее уже был создан прототип на основе технологии распределенных реестров для передачи финансовых сообщений. Следующим шагом стала разработка прототипа Мастерчейна.

Мастерчейн является инструментом осуществления взаимодействия между участниками финансового рынка. Данная система построена на основе технологии распределенных реестров, уже успевшей зарекомендовать себя с лучшей стороны. Мастерчейн позволяет подтверждать актуальность данных о сделке или клиенте достаточно оперативно, обеспечивая при этом необходимый уровень доверия между участниками сделки. Кроме того, Мастерчейн дает возможность быстро создавать различные финансовые сервисы, которые позволят участникам финансового рынка предложить клиентам абсолютно новые продукты и услуги. Первые тестовые транзакции прошли успешно. В тестировании приняли участие крупнейшие российские банки.

Таблица 2.17 – Эффект от создания и применения инновационного продукта
Мастерчейн

Инновационная	Эффект от создания и применения инновационного продукта
---------------	---

программа	
Мастерчейн	<p>1) подтверждать актуальность данных о сделке или клиенте достаточно оперативно, обеспечивая при этом необходимый уровень доверия между участниками сделки.</p> <p>2) быстро создавать различные финансовые сервисы, которые позволят участникам финансового рынка предложить клиентам абсолютно новые продукты и услуги</p>

Самым популярным сервисом в городах с населением больше 100 тыс. человек стала возможность пополнять свою карту на сайте банка с карт других эмитентов. Эта услуга заинтересовала 48 % респондентов.

Перевод с карты на карту по номеру карты имеет много различных названий: card2card, card-to-card, MoneySend, Visa Transfer, Visa Direct, C2C, манисенд, си-ту-си и т.д. Однако основная суть в одном: вводишь номер карты, срок её действия и cvc2(cvv2) код карты, с которой отправляются деньги (карта-донор), а также номер карты, куда отправляются деньги, и сумму перевода.

Важно не путать межбанковские переводы (требуется указывать номер счёта, БИК банка, назначение платежа) с Card2Card переводами. Механизм у них абсолютно разный. Проще говоря, то межбанковские переводы совершаются при помощи ЦБ РФ, а C2C можно сравнить с обычными покупками по карте, которые происходят благодаря Международным Платёжным Системам (МПС: MasterCard, Visa) и НСПК МИР.

Таблица 2.18 – Эффект от создания и применения инновационного продукта – Card2Card

Инновационная программа	Эффект от создания и применения инновационного продукта
Card2Card	<p>1) Обычная покупка по карте с применением платежной системы (MasterCard, Visa, Мир) с упрощенным механизмом</p> <p>2) Не задействует номер счет, БИК банка и назначение платежа</p> <p>3) Возможность пополнения карты клиента на сайте банка с карт других эмитентов</p>

Банки все реже работают с рисками в сфере инвестиций все сложнее получить серьезный доход на фоне общей стабилизации экономики в РФ. Поэтому выгоднее использовать новые методы привлечения клиентов и создания прибыли через сотрудничество с ними. Одним из этих методов

можно считать активную работу с торговыми площадками, таким образом, участие клиента в торговых отношениях значительно облегчается, а банк получает свою прибыль и укрепляет отношения с клиентами.

Формирование инновационной банковской системы в России только начинается. Чтобы оказаться на высоком уровне в условиях инновационного типа развития, необходимо исходя из опыта передовых зарубежных банков и прогноза их инновационного развития определять приоритетные направления развития банковской техники. В России можно внедрить такие инновации, которые зарубежные банки уже активно используют в своей работе:

– Tesco Bank – Кредит с самым длинным grace-периодом (13 месяцев).

– Metro Bank – Банк работает 7 дней в неделю. У клиента Metro Bank – ощущение персонального банкира, который будет знаком с клиентом персонально и способен решить любые вопросы, не переключая клиента на других специалистов. В Metro Bank счет открывается за реальные 15 минут. В это время входит выпуск пластиковой карты, клиент уходит из отделения к полностью готовым к использованию продуктом. Call-центр банка работает круглосуточно, отвечает живой человек, не автоответчик.

– ING Direct – Предоставляет услуги прямого банковского обслуживания, не имея при этом ни одного отделения или филиала. В банке всего один тип сберегательного счета и один тип текущего. Нет ни минимальных балансов, ни комиссий.

Таблица 2.19 – Перспективные инновационные продукты и их возможный эффект

Зарубежных банков	Эффект от создания и применения инновационного продукта
Tesco Bank	1) Кредит с самым длинным grace-периодом (13 месяцев)
Metro Bank	1) Круглосуточное обслуживание живым человеком 7 дней в неделю 2) Открытие счета и выдача пластиковой карты в течение 15 минут
ING Direct	1) Обслуживание напрямую без филиалов и отделений 2) Один тип сберегательного счета и один тип текущего 3) Отсутствие комиссии

Необходимо составление стратегических планов по внедрения банковских инноваций. Их основная цель – это достижение оптимального уровня конкурентоспособности на основе комплекса согласованных технологических, экономических и управляющих мероприятий. Необходимо нацеливание банка на постоянное внедрение новых, более совершенных технологий, продуктов и организационных структур. Для успешной конкуренции другими банками, необходимо повышать гибкость и адаптивность к рынку, не менее важна автоматизация банковских процессов, переход на новые компьютерные технологии самообслуживания, дистанционное обслуживания, использование Интернета в системе «банк-клиент», виртуальные банковские и финансовые технологии, разработка и внедрение новых банковские продуктов (услуг) на базе новых технологий, комплексное использование новых информационных и коммуникационных технологий для электронного маркетинга, внедрение инноваций в области форм и методов управления, изменение в квалификации работников.

Выделим ряд перспектив:

- нацеливание банка на постоянное внедрение новых, более совершенных технологий, продуктов и организационных структур;
- повышение гибкости и адаптивности к рынку
- автоматизация банковских процессов, переход на новые компьютерные технологии самообслуживания, дистанционное обслуживания, использование Интернета в системе «банк-клиент»;
- виртуальные банковские и финансовые технологии;
- комплексное использование новых информационных и коммуникационных технологий для электронного маркетинга;
- внедрение инноваций в области форм и методов управления, изменение в квалификации работников.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В рамках выпускной квалификационной работы раскрыты проблемы и перспективы внедрения инновационных банковских услуг в современный банковский сектор России, сущность банковских инноваций в сфере обслуживания физических лиц. Рассмотрен зарубежный опыт банковских инноваций. Проведен анализ банковских инноваций в сфере обслуживания физических лиц.

В результате проведенного в первой части работы теоретического исследования были определены сущность и содержание банковских инноваций. Банковская инновация – это реализованный в форме нового банковского продукта или операции конечный результат инновационной деятельности банка. Инновационный процесс, то есть процесс, связанный с созданием, освоением и распространением инноваций, охватывает все стороны деятельности банка: от разработки концепции или идеи до ее практической реализации. Понятие «инновации» применимо ко всем нововведениям во всех сферах функционирования банка

Распространение инноваций в банковской среде тесно связано с инновациями в глобальном и мировом финансовом секторе, что делает этот процесс неизбежным для всех банков в различных странах. Банки, как и компании и организации других отраслей и секторов экономики, начинают все активнее использовать новейшие информационные технологии.

В ходе проведения анализа экономического положения банка были сделаны следующие выводы: На отчетную дату (01 января 2017 г.) величина активов ПАО Сбербанка России составила 22 003,17 млрд. руб. За год активы уменьшились на – 4,7 %. Средства, привлеченные Сбербанком от населения, в 2016 г. выросли на 5,4 % – до 11 449,8 млрд. руб. Основной приток средств населения пришелся на IV квартал. Чистый процентный доход банка увеличился относительно января 2016 года на 41,5 % и составил 1 121 094 млн.

руб. Прибыль до уплаты налога на прибыль составила 668915 млн. руб., чистая прибыль составила 516 988 млн. руб.

ПАО Сбербанк России зарекомендовал себя активным участником финансового рынка и заслужил репутацию надежного делового партнера. Развитие розничного бизнеса в ПАО Сбербанк России происходит в направлении автоматизации и социализации банковских отделений. Сбербанк занимает лидирующие позиции по рейтингам надежности банков, а также в рейтингах по внедрению инновационных технологий. Сбербанк действует более осмотрительно касаясь ввода инновационных технологий. Связи с чем у количество жизнеспособных прибыльных проектов увеличивается.

Внедрение банковских инноваций позволит банкам избавиться от недостатков существующих систем, оптимизировать и издержки на проведение различных операции, использовать преимущества за счет тиражирования технологически апробированных решений во всех подразделениях банка, а также уверенно прогнозировать планомерный рост своей деятельности, конкурентоспособные условия обслуживания клиентов и укрепления позиции на рынке кредитных организаций.

Постоянное наращивание инновационного потенциала, внедрение новых или улучшение существующих технологий в банковском бизнесе позволят российским коммерческим структурам реализовать свои конкурентные преимущества не только в краткосрочной перспективе, но и занять лидирующие позиции в разрезе устойчивого развития в мировом финансовом сообществе.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1 «Типовые правила внутреннего контроля кредитной организации» (утв. АРБ) (ред. от 13.03.2013) [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс [сайт]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_152144/ 7.

2 Аналитическое агентство Markswebb Rank & Report – <http://markswebb.ru/> 20.

3 Антонов, К.А. Экономическая эффективность внедрения и использования систем дистанционного банковского обслуживания в российских банках / К.А. Антонов // Банковские услуги. – 2014. – № 6. – С. 27–32.

4 Антонов, К.А. Оценка эффективности инновационных систем на примере дистанционного обслуживания / К.А. Антонов // Управление в кредитной организации. – 2012. – № 3(67). – С. 77–86.8.

5 Викулов, В.С. Инновационная деятельность кредитных организаций / В.С. Викулов // Менеджмент в России и за рубежом. – 2012. – № 1. – С. 12–16.2–3.

6 Грачева, Е.В. Электронные банковские услуги / Е.В. Грачева // Мировая экономика и международные отношения. – 2015. – № 11. – С. 2229.

7 Грибов, В.Д. Экономика организации (предприятия): учебник / В.Д. Грибов — М.: КНОРУС, 2016. — 360 с. 1

8 Девин, Д.А. Разработка стратегии банковских инноваций / Д.А. Девин // Финансы. Деньги. Инвестиции. – 2013. – № 2 (38). – С. 29 – 30.

9 Депутатова, Е.И. О финансировании банками инновационных проектов / Е.И. Депутатова // Банковское дело. – 2013. – № 1. – С. 52 – 569.

10 Зарипов, И.А. Электронные финансы, интернет– банкинг, мировые тенденции и российская специфика / И.А. Зарипов // Международные банковские операции. – 2013. – № 2. – С. 67–74.

11 Инновации в банках. Зачем Сбербанк купил медицинский сервис DocDoc – <https://investfuture.ru/articles/id/innovacii-v-bankah-zachem-sberbank-kupil->

servis–docdoc <https://investfuture.ru/articles/id/innovacii-v-bankah-zachem-sberbank-kupil-servis-docdoc> 21 21.

12 Инновации в банковских отделениях, способные изменить платежную индустрию –

http://www.plusworld.ru/journal/section_903/section_140047/art142209/.

13 Итоги работы Уральского банка ПАО Сбербанк на 1 июля 2016 года – http://www.sberbank.ru/ru/about/today/territory/tb_today?region=sverdlovsk 16.

14 КРЕДИТНЫЙ КОММЕНТАРИЙ Сбербанк (Ba1/–/BBB–): итоги 2016 г. по МСФО. – <https://docviewer.yandex.ru/view/84012571/> 17.

15 Матросов, С.В. Финансовые инновации и риск–менеджмент банков / С. В. Матросов // Мировая экономика и международные отношения. – 2012. – № 12. – С. 33 – 37.

16 Международные валютно–кредитные и финансовые отношения / Под ред. Л.Н. Красавина. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 536 с.

17 Мобильный банкинг – <http://bankir.ru/publikacii/20110831/mobilnyi-banking-10000394/> 19.

18 Муравьева, А.В. Банковские инновации: мировой опыт и российская практика: учеб.–практ. пособие / А.В. Муравьева. – М.: Дело, 2014.

19 Обязательные нормативы банков, установленные ЦБ РФ – http://studopedia.ru/2_32411_obyazatelnie-normativi-bankov.html 11.

20 Основные показатели Сбербанка России по РПБУ на 01.01.2015 [Электронный ресурс] // Сбербанк [сайт] URL: http://www.sberbank.ru/common/img/uploaded/files/info/rel_t_2015-0801.pdf.

21 Основные показатели Сбербанка России по РПБУ на 01.01.2016 [Электронный ресурс] // Сбербанк [сайт] URL: http://www.sberbank.ru/common/img/uploaded/files/info/table_april2016.pdf.

22 Основные показатели Сбербанка России по РПБУ на 01.01.2017 [Электронный ресурс] // Сбербанк [сайт] URL: http://www.sberbank.com/common/img/uploaded/files/info/4M2017RAS_FinancialHighlights-Table_rus_1.pdf.

23 Полищук, А.И. Управление деятельностью кредитных организаций (Банковский менеджмент): учебное пособие / А.И. Полищук. – М.: Изд-во «Экзамен», 2013

24 Рейтинг банков – 2017 – http://www.forbes.ru/sp_data/2017/rating-bank/all.html?1 14 .

25 Рейтинг банков по надежности по данным Центробанка на 2017 год – <http://qoon.ru/articles/rejting-bankov-po-nadezhnosti-po-dannym-centrobanka-na-god/> 13.

26 Рэнкинг по активам – <http://raexpert.ru/ratings/bank/monthly/Jan2017/> 12

27 Скиннер, К. Цифровой банк [Текст] учеб. пособие / К. Скиннер. – М.: ЛитРес, 2014.

28 Тедеев, А.А. Электронные банковские услуги: учебное пособие / А.А. Тедеев. – М.: Изд-во Эксмо, 2012. – 272 с.

29 Топ – 9 инновационных банков – <https://finagram.com/top-9-innovacionnyx-bankov/> 16.

30 Указание Банка России от 30 ноября 2015 г. N 3855-У о внесении изменений в пункт 2.2 (Вестник Банка России, N 122, 31.12.2015) , вступило в силу с 1 января 2016 года [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс [сайт]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_189728/ 12.

31 Уральский банк Сбербанка – <http://bankkurss.ru/sb-ub.html> 15.

Консалтинговая и аудиторская компания Deloitte оценила, как российские банки внедряют новые технологии. Результаты исследования приводит РБК.

Как уточняется, эксперты выбрали 11 инноваций и разделили их на несколько групп: безопасность («умная» идентификация), аналитика (Big Data, личные финансовые помощники), цифровые технологии (онлайн-кошелек, бесконтактная оплата и т. д.), автоматизация (роботы в отделениях), геймификация (игры и квесты для клиентов) и p2p-кредитование. За наличие оригинального решения банку давали два балла, за решение, у которого есть аналоги, — один.

В итоге самым продвинутым банком, по оценке Deloitte, стал Сбербанк (18 баллов), второе место разделили Альфа-Банк и Тинькофф Банк (16 баллов). На третьей строчке оказался банк «Открытие» (8 баллов).

Всего эксперты оценили таким образом 11 банков. Условия отбора были следующие: банк должен был входить в топ-20 по совокупным активам (по состоянию на 1 июня 2016 года) и иметь как минимум 20% розничных кредитов и депозитов в своем портфеле, поясняет руководитель группы по оказанию консультационных услуг фининститутам Алексей Суханов. Дополнительно в анализ решили включить банк «Тинькофф»: он активно внедряет инновации и имеет большой розничный портфель.

РБК в своем материале приводит весь рейтинг, а также более подробно пишет о сути пяти главных технологий из исследования Deloitte и о том, насколько они полезны для клиентов.

Успешность внедренных инноваций напрямую влияют на банковское дело. Ведь они требуют немалых инвестиций, зато по итогу от их внедрения банк в дальнейшем получает огромное преимущество, которое проявляется в увеличении клиентской базы и конкурентоспособности. Таким образом, банки должны обязательно идти в ногу со временем, а для этого вовремя разрабатывать различные бизнес-процессы и обновлять программное

обеспечение. Но не забывать о правильной маркетинговой стратегии, широкой рекламе новых продуктов, опытном использовании приемов менеджмента. В настоящее время наблюдается определенная тенденция развития в области технологий. Банки стараются увеличить инновационные технологии в области безналичного денежного оборота, так как это удобно и привлекает новых клиентов. К тому же электронные деньги, закрепляют за банками, определенные обязанности, которые в свою очередь являются бессрочными. Поэтому необходимость дальнейшего развития именно безналичного оборота денег предоставляет банкам огромные перспективы.