
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Сибирский государственный индустриальный университет»

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ В XXI ВЕКЕ

Сборник научных статей VIII Международной
научно-практической конференции
6-7 апреля

Часть 1

Новокузнецк
2022

УДК 33+005(06)
ББК 65+65.050
А 437

Редакционная коллегия:

Секция " Технологическое предпринимательство, коммерциализация результатов интеллектуальной деятельности и трансфер технологий» к.т.н., доцент Куценко А.И.; секция «Управление предприятиями и региональное развитие: современные вызовы и перспективы» к.э.н., доцент Е.В. Иванова; секция «Инновационные технологии маркетинга и продаж» к.э.н., доцент Колпакова Н.П.; секция «SAFEODOLOGY: оценка и управление рисками, формирование культуры безопасности» к.э.н., доцент Е.В. Иванова; секция «Экономические, социальные и экологические проблемы функционирования предприятий и организаций» к.э.н., доцент О.П. Черникова.

А 437 Актуальные проблемы экономики и управления в XXI веке : сборник научных статей VIII Международной научно-практической конференции, 6–7 апреля 2022 г. : в 2 частях. Часть 1 / Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Сибирский государственный индустриальный университет ; ред. коллегия: Е. В. Иванова (председатель) [и др.]. – Новокузнецк : Издательский центр СибГИУ, 2022. – 234 с.

ISSN 2500-1892

В сборнике представлены материалы VIII Международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы экономики и управления в XXI веке».

УДК 33+005(06)
ББК65+65.050



© Сибирский государственный
индустриальный университет, 2022

УДК 336.7

Механизм повышения эффективности и качества банковских услуг

Ражева Н.И.¹

Научный руководитель: д.э.н., профессор Петрова Т.В.¹

¹ ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет», г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: В данной статье рассматриваются различные подходы к определению банковских инноваций. Рассмотрены понятие продуктовых и процессных инноваций, приведены примеры их внедрения российскими банками. В рамках статьи банковские инновации рассматриваются в качестве механизма повышения эффективности предоставляемых услуг.

Ключевые слова: эффективность банковской деятельности, инновации, продуктовые инновации, процессные инновации.

Method to improve the efficiency and quality of banking services

Razheva N.I.¹

Scientific advisor: Doctor of Economics, professor Petrova T.V.¹

¹ The Siberian State Industrial University, Novokuznetsk, Russia

Annotation: This article considers various approaches to the definition of banking innovations. The concept of product and process innovations is considered and examples of their implementation by Russian banks are given. In the framework of the article banking innovations are considered as a mechanism to improve the efficiency of services provided.

Keywords: banking efficiency, innovation, product innovation, process innovation.

Банки осуществляют свою деятельность в условиях высокой конкуренции. Для повышения эффективности функционирования банковским организациям следует внедрять в свою практику инновационные продукты, услуги и технологии. Внедрение банковских инноваций позволит финансовым организациям оптимально распределять свои ресурсы, минимизировать издержки, совершенствовать каналы доставки банковских продуктов до потребителя, улучшить качество предлагаемых услуг, вследствие чего произойдет повышение эффективности банковской деятельности и рост конкурентоспособности банка на финансовом рынке.

В настоящее время не существует единого определения термина «банковская инновация». Рассмотрим некоторые определения термина «банковская инновация» (таблица) [1-6].

Таким образом, на основании рассмотренных определений, можно полагать, что банковская инновация – это новые или качественно измененные продукт, услуга или технология, внедрение которых приводит к совершенствованию банковской деятельности и проявляется в росте эффективности банковских услуг.

Таблица 1 - Подходы к определению термина «банковская инновация»

Автор (ы)	Определение
Викулов В.С.	Банковская инновация – создание банковского продукта с более привлекательными для потребителей свойствами по сравнению с ранее предложенным вариантом, или совершенно новый более качественный продукт, который может удовлетворить неохваченные ранее потребности потенциального покупателя, или же использование модернизированной, более совершенной технологии для создания того же продукта.
Семикова П.В.	Банковская инновация – конечный результат инновационной деятельности банка, реализованный в виде совершенно нового банковского продукта или услуги.
Балабанова И.Т., Рубинштейн Т.Б., Мирошкина О.В.,	Банковская инновация – это реализованный в форме нового банковского продукта или операции конечный результат инновационной деятельности банка.
Муравьева, А.В. Лаврушин А.И.	Банковская инновация – синтетическое понятие о цели и результате 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, содействующим клиентам в получении прибыли
Кох Л.В., П. Друкер	Банковские инновации – это видоизмененные услуги или продукты, доведенные до сведения клиентов и принятые ими, а также кардинально новые продукты или услуги, основанные на использовании современных технологий, в том числе инфокоммуникационных, внедренные в банковский процесс и позволяющие получить экономический или социальный эффект.
Тимченко А.А.	Банковские инновации – результаты инновационной деятельности коммерческого банка, реализуемые в форме появления новых или модернизированных продуктов, услуг и технологий, обусловленные моделью финансового поведения банка и нацеленные на рост его эффективности и устойчивую долгосрочную деятельность.

Существует достаточно широкая классификация банковских инноваций в зависимости от признака, который находится в основе.

В рамках данной статьи рассматриваются продуктовые и процессные инновации (в зависимости от сферы внедрения).

Продуктовая инновация предполагает реализацию нового продукта на уже существующем рынке. Этот тип инноваций является наиболее приоритетным, так как эффективность деятельности любого банка зависит от наличия устойчивого спроса на его продукты и услуги.

Движущей силой продуктовых инноваций в банковской отрасли являются такие технологические и цифровые тренды, как анализ больших массивов данных, машинное обучение, углубленная аналитика, искусственный интеллект, робоэдвайзинг, а также блокчейн, позволяющий совершать операции без участия посредников и бэк-офиса. Продуктовые инновации в банках позволяют

привлекать новых клиентов и сохранять уже сложившуюся клиентскую базу посредством полного удовлетворения их потребностей [7].

Стремительное развитие цифровых технологий в значительной степени ускорили банковские процессы, сделало повышение лояльности клиентов одной из главных задач для банков. Поэтому для привлечения и удержания клиентов банки выпускают принципиально новые цифровые продукты. Приведем некоторые примеры продуктовых банковских инноваций [8].

Тинькофф Банк запустил сервис ипотечного брокера, позволяющий подать онлайн-заявку на кредит и значительно сократить количество посещений банка, а также инвестиционный сервис, дающий возможность удаленно открыть брокерский счет и в режиме онлайн управлять своими активами [9].

Банк «Открытие» внедрил функцию идентификации пользователя по фотографии при осуществлении денежных переводов, в основе которой — технологии машинного обучения. Биометрическая идентификация будет набирать популярность: она позволит не только идентифицировать клиента, но и удаленно заключать договор между потребителем и банком при открытии нового счета [10].

Сбербанк запустил новый сервис «Ладони», с помощью которого дети клиентов Сбербанка могут оплачивать обед в школьной столовой по отпечатку ладони. Для этого карту родителя привязывают к счёту ребёнка. В школьной столовой ребёнок оплачивает обед, при этом не рискует потерять карту или деньги, а также стать жертвой грабителей. Родителям поступает информация о купленных ребёнком продуктах в личный кабинет и по СМС [11].

Ак Барс Банк запустил пилотный проект Face2Loyalty, который позволяет заменить пластиковые дисконтные и клубные карты на сервис биометрической идентификации клиентов. Регистрация клиента в программе лояльности занимает не больше 30 секунд. В дальнейшем с помощью Face2Loyalty торговые точки смогут получать полный портрет клиента и собирать обратную связь о продукции и обслуживании. Это поможет повысить лояльность клиентов и в конечном итоге увеличить прибыль [12].

Почта банк запустил партнерскую программу для привлечения продаж в интернете. На этой платформе могут зарегистрироваться юридические и частные лица, которые получают вознаграждение за продвижение продуктов банка в интернете. Партнер после прохождения регистрации может ознакомиться с описанием продуктов и условий продаж, выбрать интересующий его оффер, скачать подготовленные баннеры и креативные материалы, выбрать готовый лендинг, наиболее подходящий для аудитории партнера и получить персональную ссылку для продвижения продукта — кредита наличными или кредитной карты. В перспективе Почта Банк также планирует запустить агентскую программу, в которой сможет участвовать любой человек без опыта в продвижении и продажах и получать вознаграждение за продажу того или иного продукта банка своим знакомым и друзьям. Для простоты и удобства использования эта платформа будет интегрирована с мессенджерами [13].

Большинство банков предоставляют персонализированные кешбэк-сервисы с функцией выбора покупок, а некоторые используют предиктивную

аналитику для создания индивидуальных кастомизированных предложений. Например, банк ВТБ помимо финансовых аспектов учитывает возраст и стиль жизни клиента, а бонусная программа Сбербанка «Спасибо» умеет различать клиентов в зависимости от их интересов. Персонализация помогает усилить эффект от использования программ лояльности. Отношения с клиентом развиваются: количество взаимодействий сокращается, но при этом они становятся более эффективными. Коммуникация играет интегрирующую роль в обеспечении лояльности клиента. Помимо персонализации предложений банкам необходимо развивать омниканальность обслуживания. Она предполагает не просто коммуникацию с клиентом по различным каналам (мультиканальность), а интеграцию этих каналов в единую систему, что позволяет создавать более точную и информативную CRM-систему и затем использовать полученные данные для создания более персонализированного подхода.

Для выпуска продуктовых инноваций необходимо постоянно генерировать новые идеи. Непрерывное отслеживание трендов и определение потребностей клиентов являются решающими факторами для выработки актуальных идей, обладающих коммерческим потенциалом. Кроме этого для развития продуктовых инноваций очень важна скорость запуска новых продуктов на рынок: чем быстрее банк выводит новые инновационные продукты на рынок, тем больше конкурентных преимуществ он приобретает. Конкурентоспособность продуктовых инноваций во многом зависит от гибкости банковской структуры, ее способности к пониманию потребностей клиентов, генерации идей и скорости внедрения новых продуктов.

Процессные инновации представляют собой трансформацию основных процессов деятельности на основе использования цифровых технологий, что нацелено на ускорение выполняемых операций, расширение компетенций и уменьшение соответствующих затрат. В качестве примера здесь можно привести применение технологии анализа больших массивов данных для определения кредитных рисков. Однако специалистами отмечается, что целесообразность и масштабы внедрения цифровых процессных инноваций зависят от степени подготовленности банка и обладания его необходимыми ресурсами. Поэтому для небольших коммерческих банков следует выбирать нишевые области для цифровой трансформации.

Приведем некоторые примеры процессных банковских инноваций.

Банк ВТБ внедряет элементы искусственного интеллекта в свой ИТ-ландшафт, что позволит ему построить комплексную систему мониторинга критичных бизнес-процессов и ИТ-инфраструктуры [13].

Тинькофф Банк разработал и запустил собственную технологию алгоритмического кэшбэка с рекомендательными моделями — Tinkoff RECO. Технология отвечает за подбор для клиентов индивидуального кэшбэка на товары, бренды, покупки в магазинах и в разных товарных категориях. На сегодняшний день такая алгоритмическая технология не имеет аналогов в мировой практике [14].

Крупные банки уже применяют новые подходы для работы с большими массивами данных на базе единой платформы (такой как Data Lake), чтобы ис-

пользовать передовые аналитические методы и внешние источники информации, например от операторов мобильной связи. Применение аналитических методов для углубленного анализа больших объемов данных позволит повысить точность расчетов, например кредитного скоринга, индивидуальных предложений клиентам и для эффективного распределения ресурсов.

Другим примером процессных инноваций в банковской отрасли может служить метод оптимизации покрытия территории сетью отделений или банкоматов на основе динамического моделирования и анализа клиентских потоков [7].

Применение современных технологий в финансовой сфере позволяет банкам продуктивно осуществлять свою деятельность, однако при этом необходим постоянный мониторинг среды банковской деятельности организации для определения потребностей в перемене вектора деятельности.

Инновации в сфере банковских услуг нельзя рассматривать только с одной стороны. Банки должны сформировать концепцию банка будущего: применять в своей деятельности инновационные технологии, дающие стратегический эффект, состоящий в приросте количества клиентов, сокращения расходов на проведение банковских операций и реализацию конкурентных преимуществ в краткосрочной и долгосрочной перспективах.

При внедрении инноваций следует учитывать повсеместное появление новых каналов передачи информации и развитие интернет-инфраструктуры, проникновение телекоммуникации во все сферы жизни общества. На данный момент банки не в полной мере используют существующие возможности. Со временем при повышении финансовой грамотности инновационные банковские услуги должны занять достойное место на рынке банковских услуг.

Таким образом, банковские инновации следует рассматривать как один из механизмов повышения эффективности и качества банковских услуг. Качественные изменения функционирования банка будут способствовать повышению его эффективности, что найдет отражение в лояльности клиентов.

Список использованных источников

1. Банковский менеджмент / О.И. Лаврушин [и др.], под ред. д-ра экон. наук, проф О. И. Лаврушина. – Москва: КНОРУС, 2009. - 560 с.
2. Муравьева, А. В. Банковские инновации: мировой опыт и российская практика: автореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.14; [Финансовая акад. при Правительстве РФ]. – Москва, 2005 – 25 с.
3. Балабанов, И.Т. Инновационный менеджмент. / И.Т. Балабанов. – Санкт-Петербург: Питер, 2011. – 303 с.
4. Кох, Л.В. Принципы и механизмы повышения эффективности банковской деятельности на основе использования инноваций: автореф. дисс. д-ра экон. наук: 08.00.10; [Место защиты: Иван. гос. хим.-технол. ун-т]. – Иваново, 2010. – 44 с.
5. Семикова, П. Банковские инновации и новый банковский продукт /П. Семикова // Банковские технологии. – 2002. – № 11. – С.66-74.

6. Друкер, П. Ф. Бизнес и инновации / П.Ф. Друкер.- Пер. с англ. Москва : ИД «Вильямс», 2009. – С.432.
7. Петрова, Л.А. Цифровизация банковской системы: цифровая трансформация среды и бизнес-процессов / Л.А. Петрова, Т.Е. Кузнецова // Финансовый журнал. – 2020. – Т.12. – №3. – С 91 – 101.
8. Тимченко, А. А. Финансовые инновации коммерческих банков России.: Автореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.10;[Место защиты: Кубан. гос. ун-т] защищена. – Краснодар, 2014. – 26 с.
9. Тинькофф запускает цифровую ипотеку. – URL: <https://www.tinkoff.ru/invest/news/759005/> (дата обращения: 18.02.2021).
10. Банк «Открытие» первым в мире запустил денежные переводы по фотографии. – URL: <https://bankinform.ru/news/90902> (дата обращения: 18.02.2021).
11. Сервис Ладшки от СберБанка [Электронный ресурс]. – URL: <https://my-sberonline.ru/osobennosti-servisa-ladoshki-ot-sberbanka.html> (дата обращения: 18.02.2021).
12. Почта Банк запустил платформу для привлечения продаж в интернете. – URL: <https://www.pochtabank.ru/news/704164> (дата обращения: 03.03.2021).
13. ВТБ внедрит технологии искусственного интеллекта для обработки запросов клиентов без участия человека. – URL: <https://www.vtb.ru/o-banke/press-centr/novosti-i-press-relizy/2021/12/2021-12-17-vtb-vnedrit-tekhnologii-iskusstvennogo-intellekta-dlya-obrabotki-zaprosov-klientov-bez-uc/> (дата обращения: 03.03.2021).
14. Тинькофф разработал первую в мире технологию алгоритмического кэшбэка с AI-рекомендациями. – URL: <https://www.tinkoff.ru/invest/news/463511/> (дата обращения: 18.02.2021).