

КЛАССИФИКАЦИЯ БАНКОВСКИХ ИННОВАЦИЙ

О. В. Иванова

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 3 апреля 2010 г.

Аннотация: в статье определяются сущность и виды банковских инноваций, выделяются классификационные признаки с целью систематизации банковских инноваций.

Ключевые слова: инновации, банковские инновации, классификационные признаки, классификация.

Abstract: in the article the essence and the types of banking innovations are identified, more exact and own definition of banking innovations are given. The signs of classification for the purpose of systematization all variety of banking innovations are described.

Key words: innovations, banking innovations, classification, signs of classification.

Глобализация мировой экономики и переход России на инновационный путь развития обуславливают необходимость исследования вопросов модернизации финансовой системы вообще и банковского сектора в частности. Особую актуальность приобретает проблематика, связанная с инновациями. Отмечается многообразие подходов к исследованию инновационных явлений и процессов.

Инновации, трактуемые в широком смысле, присутствуют в любой из отраслей и сфер деятельности. В группе финансовых инноваций по признаку субъектов инновационной деятельности можно выделить инновации коммерческих банков. Банковские инновации – это конечный результат инновационной деятельности, специфический вид финансовых инноваций, реализуемых банками на финансовых рынках или в собственной деятельности в форме нового или усовершенствованного банковского продукта, услуги, процесса, организационной формы или технологии с целью более эффективного формирования и размещения ресурсного потенциала коммерческого банка.

Для того чтобы конкретизировать цели и результаты инновационной деятельности в банках, а также систематизировать подходы к множеству ее возможных проявлений, необходима классификация инноваций. Попытки структурирования и сведения к единой системе всего многообразия инноваций предпринимали многие исследователи – Л. С. Барютин, П. Н. Завлин, С. В. Ильдеменов, А. Л. Ипатов, Л. С. Кулагин, Л. Я. Косалс, А. Г. Кругликов, Н. И. Лапин, А. И. Пригожин,

А. В. Муравьева, И. П. Хоминич, Э. А. Уткин и др. Существует более тридцати классификаций, однако несмотря на общность предмета каждый инновационный процесс обладает признаками уникальности.

Банковская деятельность включает в себя большое количество операций, результатом которых является продукт или услуга. Соответственно, банковская инновация может возникнуть в любом сегменте всей совокупности операций.

По источнику принятия решения банковские инновации можно разделить на *централизованные* (решение об их внедрении принимается руководством) и *децентрализованные* (разрабатываются и принимаются в подразделениях). По направлению развития банковские инновации делят на *восходящие* и *нисходящие*. Первые тесно связаны с научными исследователями, вторые – с процессом коммерциализации.

Первопричиной инноваций могут быть «технологический толчок» и «вызов спроса». Соответственно тому, какой из указанных стимулов является ведущим, выделяют *инновации предложения* и *инновации спроса*. С точки зрения клиента этот признак можно интерпретировать как характер удовлетворения потребности. А. Шумпетер, К. Фриман, Н. Розенберг, Р. Нельсон, А. Филипс считают, что исходными являются научно-технические предпосылки. Й. Шмуклер, Г. Менш, Э. Вонхиппель полагают, что определяющим является спрос.

Классифицировать банковские инновации можно по причинам зарождения, подразделяя их на *реактивные* и *стратегические*. Реактивные инновации относятся к проведению банком оборони-

тельной стратегии, направлены на выживание и являются реакцией на нововведения банка-конкурента. Стратегические инновации направлены на упреждение необходимости инновационных преобразований, их основная цель – получение определенных конкурентных преимуществ в перспективе (например, внедрение комплексной системы удаленного управления счетами и предложение данного продукта своим клиентам) [1, с. 3].

При осуществлении реактивных инноваций наблюдается ситуация, когда вводимые банком-конкурентом инновации перемещают стандарт эффективности на другой уровень, выше признаваемого ранее. Для компенсации появившегося «отставания» банк, понеся определенные затраты, обязан произвести необходимые обновления технологических процессов или спектра предлагаемых продуктов для достижения нового соотношения затрат и эффективности. В результате проведения стратегических инноваций новый благоприятный стандарт эффективности (в этом случае еще перспективный) достигается банком раньше его конкурентов с ощутимо сокращающимися затратами. Такого рода инновацией в свое время стало вступление банков в международные платежные системы Visa International, MasterCard International для эмитирования собственных пластиковых карт.

По экономическому содержанию банковские инновации можно подразделить на два типа: *технологические* и *продуктовые*.

Технологические инновации (электронные переводы денежных средств, банковские карты) открывают доступ к конкурентным преимуществам банков и способствуют развитию современной платежной системы; продуктовые – новые банковские продукты, которые могут быть связаны как с новыми операциями и услугами, так и с традиционными банковскими операциями в период их развития или изменения условий регулирования; продуктовые инновации определяют основную часть инновационной деятельности банка.

Внутри продуктовых инноваций можно выделить собственно продуктовые и рыночные инновации. Некоторые авторы именуют их собственно банковскими и парабанковскими (например, инкассация). Э. А. Уткин, Г. И. Морозова и Н. И. Морозов помимо этого выделяют еще *инновации-процессы* (технологии, схемы управления и обслуживания клиентов, модели поведения). Собственно

продуктовые инновации связаны именно с созданием новых банковских продуктов, разработкой новых услуг и продвижением их на рынок. Рыночные объединяют комплекс мероприятий, позволяющих реализовывать уже созданные продукты на новых рынках.

По инновационному потенциалу выделяют: *радикальные* (базовые) инновации, подразумевающие внедрение принципиально новых видов банковских продуктов и услуг, применение качественно новых технологий их реализации и оказания, использование абсолютно новых методов управления; *комбинаторные* – использование множества сочетаний различных имеющихся элементов; предлагается впоследствии на рынке как единый продукт; *модифицирующие*, призванные вносить необходимые изменения и дополнения в существующие банковские продукты для продления их жизненного цикла (выдача дополнительных дисконтных карт).

Радикальные инновации имеют наибольшую ценность, поскольку обладают самым значительным эффектом, внося нечто принципиально новое в механизм функционирования кредитной организации. К ним можно отнести внедрение системы Customer relationship management (CRM-системы) (система управления взаимоотношениями с клиентами). Однако в большинстве случаев преобладают инновации, относящиеся к двум последним группам. Они не имеют столь мощного резонанса, но их основным предназначением являются корректировка и адаптация уже произошедших и внедренных базовых преобразований в соответствии с меняющейся рыночной конъюнктурой и внутренними целями.

По объему воздействия инновации подразделяют на *точечные* и *системные*. Точечные имеют место в частном случае совершенствования технологии на отдельном участке работы. Системные же определяют изменение всей структуры производственных отношений.

Существует разделение банковских инноваций по отношению к разработчику. Далеко не каждый банк в состоянии иметь в своей структуре специальное подразделение, прибегая к услугам сторонних организаций, банки определяют существование двух групп инноваций: *разработанные собственными силами* и «заказанные».

Ф. Валента предложил классификацию инноваций по глубине вносимых изменений, разделив их на порядки от нулевого до седьмого по степени усложнения и радикальности изменений.

По предпосылке внедрения банковские инновации делятся на *институциональные* (связаны с модификацией институтов) и *самостоятельные* (связанные с активностью банка); по области применения – на *маркетинговые* (например, декларирование платы за кредит: 10 % за 10 месяцев, реально – 21,8 %), *управленческие, структурные*. По уровню затрат выделяют *низкозатратные* и *высокозатратные* инновации.

П. Семикова подразделяет банковские продукты на *лимитированный* и *нелимитированный* (назовем этот признак тиражируемостью). Первый – это продукт, объем или количество выпуска которого строго квотируется (например акции, облигации, кредитные соглашения и др.); второй – продукт, объем (количество) выпуска которого не ограничен никакими квотами (например, пластиковые, расчетные и кредитные карты, банковские счета и т.п.) [2, с. 34].

Инновации могут развиваться как автономно (*автономные* инновации), так и под давлением рынка или государственного регулирования (*индуцированные* инновации). Возникновение автономных инноваций связано с первичным появлением новой идеи, а индуцированных – с необходимостью решения проблемы, возникающей вследствие изменения условий функционирования рынка. Возможности и скорость вывода автономных инноваций на рынок зависят от уровня транзакционных издержек, а индуцированных – от особенностей регулирования.

П. Н. Завлин [3, с. 6] и А. В. Васильев в дополнение к вышеназванным классификационным признакам выделяют следующие:

– по степени интенсивности – *«бум», равномерная, слабая, массовая*;

– по темпам осуществления инноваций – *быстрые, замедленные, затухающие, нарастающие, равномерные, скачкообразные*;

– по масштабам – *трансконтинентальные, транснациональные, региональные, крупные, средние, мелкие*;

– по степени результативности – *высокая, низкая, средняя*.

А. И. Пригожин по признаку преемственности делит банковские инновации на *заменяющие, отменяющие, возвратные, открывающие и ретро-введения* [4, с. 18].

Т. Б. Рубинштейн, О. Б. Мирошкина [5, с. 22] выделяют следующие классификационные признаки:

1) цели (конечная ориентация) – *стратегические* и *тактические* (и те и другие могут быть производственными и потребительскими);

2) степень новизны (значимость, радикальность, инновационный потенциал, оригинальные технические решения) – *базисные, улучшающие, псевдоинновации*;

3) ориентация на прибыль – *ориентированные* и *не ориентированные на прибыль*;

4) особенности инновационного процесса – *завершенность (завершенные, незавершенные), успешность (успешные, неуспешные), приоритетность выхода на рынок (инновации-лидеры, инновации-последователи)*.

В последнее время банки стали осуществлять брокерскую деятельность. Для большинства кредитных организаций брокерская и инвестиционная деятельность является непрофильной, отдельные банки активно развивают данное направление.

Банковскими инновациями на Западе явились и новые страховые инструменты. Федеральный закон «О банках и банковской деятельности» запрещает российским банкам совмещать основную деятельность со страховой, но там, где это не возбраняется, появляются банкостраховые группы и финансовые супермаркеты. Под финансовым супермаркетом понимается объединение банка с другими профессиональными участниками финансового рынка (страховой, инвестиционной, брокерской, лизинговой или консалтинговой компаниями), которое способно предложить не отдельный финансовый продукт или услугу, а комплексное решение проблем, отвечающее специфике бизнеса клиента или сложным запросам частных лиц. По нашему мнению, имеет смысл в этом контексте выделить банковские инновации, возникшие на стыке с другими видами деятельности, назовем их *совмещенными*.

Учитывая многообразие банковских инноваций, считаем необходимым представить классификацию, которая раскрывает сущность инновационной деятельности и имеет значение для банковского бизнес-процесса. Классификационным признаком является экономическая природа, разделяющая инновации на три вида:

1) *технологические*;

2) *продуктовые* (собственно банковские, рыночные);

3) *совмещенные* (возникшие на стыке банковской и иных видов деятельности).

От того, насколько конкурентоспособными будут банки, как отреагируют на меняющиеся внешние условия, и какими темпами будет проходить вовлечение их в новые области деятельности, будет зависеть развитие финансовых рынков, эффективность финансового посредничества и общее совершенствование финансово-кредитной системы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Викулов В. С. Типология банковских инноваций / В. С. Викулов // Финансовый менеджмент. – 2004. – № 6. URL: <http://www.dis.ru/im/article.shtml?id=3418>

Воронежский государственный университет
Иванова О. В., преподаватель кафедры финансов и кредита
E-mail: tramp-77@yandex.ru
Тел.: (4732) 64-41-74

2. Семикова П. Банковские инновации и новый банковский продукт / П. Семикова // Банковские технологии. – 2002. – № 11.

3. Завлин П. Н. Инновационная деятельность в условиях рынка / П. Н. Завлин, А. Л. Ипатов, Л. С. Кулагин. – СПб. : Изд-во РАН, 1994.

4. Пригожин А. И. Нововведения: стимулы и препятствия: (социальные проблемы инноватики) / А. И. Пригожин. – М. : Политиздат, 1989.

5. Рубинштейн Т. Б. Развитие банковской системы и инновационные банковские продукты (пластиковые карты) / Т. Б. Рубинштейн, О. Б. Мирошкина. – М. : Гелиос АРВ, 2002.

Voronezh State University
Ivanova O. V., Lecturer of the Finance and Credit Department
E-mail: tramp-77@yandex.ru
Tel.: (4732) 64-41-74