

## Банковская конкуренция и новые технологии в инновационной экономике

© 2007 С.И. Черных

кандидат экономических наук

Институт экономики Российской академии наук

Рассматриваются актуальные проблемы развития банковских технологий в целях повышения конкурентоспособности российских финансовых институтов. Отмечается, что высокая конкуренция стимулирует инновационную деятельность, и в этом плане повышается роль регулирующих органов в поддержке инноваций на рынке финансовых услуг.

В журнале “Экономические науки” (№ 1 за 2007 г.) справедливо отмечалось, что “стратегия развития любой страны, претендующей на ведущие позиции в мире, должна формироваться на базе непрерывного инновационного процесса, определяющего в конечном итоге НТП, конкурентоспособность, высокий уровень жизни”<sup>1</sup>. Это в полной мере относится и к финансово-кредитной сфере.

Сфера, где действуют банки и другие кредитные организации, - сфера нематериального производства, где полезный труд воплощается в особом результате, имеющем, как правило, общественную стоимость, и где вырабатываются свои особые продукты - банковские услуги. У материального производства, в принципе, нет иной функции, кроме производства материальных благ. Равным образом функцией нематериального производства является производство (оказание) услуг. В этом смысле кредитные организации производят уникальную продукцию, без которой не может обойтись ни один субъект хозяйствования. В содержательном плане эта банковская деятельность может быть раскрыта через следующие основополагающие понятия:

1) *банковский продукт* - единая и завершенная технология обслуживания клиента, конкретный способ, каким банк оказывает или готов оказать ту или иную услугу нуждающемуся в ней клиенту, т.е. упорядоченный, внутренне согласованный и, как правило, документально оформленный комплекс взаимосвязанных организационных, технологических, информационных, финансовых и юридических действий (возможных процедур);

2) *банковская операция* - непосредственные практические действия сотрудников банка в процессе обслуживания клиента, форма реального воплощения (практической реализации) банковского продукта;

3) *банковская услуга* - результат банковской операции, т.е. ее итог или полезный эффект, состоящий в удовлетворении заявленной клиентом потребности (в кредите, расчетно-кассовом обслуживании и т.д.).

Известно, что одно из главных достоинств зарубежных банков по сравнению с российскими состоит в использовании ими более современных технологий. Конкуренция между банками заключается в первую очередь в борьбе за привлечение денежных средств физических и юридических лиц, и кредитные организации, способные обеспечить посредством внедрения инноваций дополнительные удобства для клиентов, получают несомненные конкурентные преимущества. Наша страна, к сожалению, отстает от развитых стран не только в конкурентоспособности производимых товаров, но и в конкурентоспособности производимых банковских продуктов и услуг.

Инновационная функция банковской конкуренции обязывает кредитные организации уделять больше внимания вопросам внедрения новых технологий. Это тем более необходимо в связи с усиливающейся конкуренцией со стороны иностранных банков и в свете вступления России в ВТО. Большинство банковских инноваций пришло к нам с Запада, своих собственных ноу-хау, особенно в технической области, у российских банков очень немного, что является, в частности, следствием недостаточного их внимания к вопросам инновационного развития.

Инновационная модель экономики предполагает, что экономический рост зависит прежде всего от качественных изменений структуры экономики и действующих в ней агентов под воздействием научно-технического прогресса. Особое внимание при этом должно уделяться процессу инноваций - появлению, закреплению и распространению нового; конкуренции как процессу отбора, а также проблемам информации, неопределенности, времени. Инновационная экономика содержательно связана с эволю-

<sup>1</sup> Зельднер А.Г. Государственное регулирование: стратегические цели и пути решения // Экон. науки. 2007. № 1. С. 9.

ционным мировоззрением, согласно которому все системы находятся в процессе постоянного и причинно-обусловленного изменения.

Большое значение с точки зрения распространения инновационных идей в экономике имели работы Й. Шумпетера. Австрийский ученый обратился к эндогенным изменениям как характерной черте рыночной экономики, он признал важность процессов возникновения, изменения и исчезновения социальных институтов, наконец, сделал акцент на процессе появления нового как неотъемлемой черте экономического развития.

Центральным для Шумпетера было понятие динамики рыночного процесса. Он рассматривал рынок как нечто большее, чем “сигнальное устройство” для размещения ограниченных ресурсов, которое служит цели гарантировать состояние равновесия спроса и предложения. Скорее, рынок – это сфера радикальных изменений, которая заставляет фирмы и индивидов осуществлять нововведения, а экономику расти и структурно изменяться. Конкуренция, по Шумпетеру, – это созидательное разрушение, в котором фирмы растут, выживают или умирают. Фирмы, способные осуществлять нововведения и адаптироваться, процветают, а другие просто существуют. Таким образом, стремление к сверхприбыли проверяется в конкурентном окружении, которое представляет собой бесконечный процесс изменений и преобразований. И в этом процессе адаптации ключевой фигурой становится предприниматель. Движимый стремлением получить сверхприбыль – пока процесс конкуренции и адаптации не лишил его преимущественного обладания новым – предприниматель Шумпетера конкурирует не только в области цен, но главным образом в области новых продуктов и технологий. Шумпетер представляет развитие экономики как преодоление новаторами-предпринимателями сковывающих рамок сложившихся правил и норм<sup>2</sup>. В этом состоит инновационная функция конкуренции, занимающая главенствующее место в инновационной экономике.

На важность инновационной составляющей экономики указывал и Н.Д. Кондратьев. Он писал о необходимости сочетания соответствующего предложения (наличие тех или иных научно-технических открытий и изобретений) с возможностями их практического применения. Ученый утверждал, что научно-технический прогресс не является чем-то внешним по отно-

шению к экономике: “направление и интенсивность научно-технических открытий и изобретений является функцией запросов практической действительности и предшествующего развития науки и техники. Применение же этих изобретений может осуществляться только при наличии необходимых экономических условий”<sup>3</sup>.

Инновация (англ. innovation – нововведение, новаторство) представляет собой какое-либо новшество, ранее не существовавшее. В соответствии с гражданским правом новация означает соглашение сторон о замене одного заключенного ими обязательства на другое. Результат такой замены и означает нововведение. Инновации, действующие в банковской сфере, представляют собой банковские инновации – реализованные в форме новых банковских продуктов конечные результаты инновационной деятельности банка, стимулируемой соответствующей функцией банковской конкуренции.

Следуя теории Й. Шумпетера, зарубежные экономисты инновации в финансово-банковской сфере подразделяют на технологические (например, электронный перевод денежных средств) и продуктовые (например, взаимные фонды денежного рынка). Однако в отличие от других секторов экономики технологические и продуктовые инновации в банковской сфере значительно чаще переплетены между собой. Так, благодаря широкой компьютеризации, инструменты управления денежной наличностью открывают путь к полной интеграции текущих счетов, срочных депозитов, акций взаимных фондов и т.п. В целом, выделяются следующие категории банковских инноваций:

1. Инновации, связанные с процедурами управления денежной наличностью и использованием новых информационных технологий.
2. Инновации, связанные с процедурами финансового посредничества и направленные на снижение операционных расходов и более эффективное управление активами и обязательствами (депозитные сертификаты, счета НОУ или депозитные счета денежного рынка).
3. Инновации в традиционных сегментах рынка капитала (инструменты с “плавающей” процентной ставкой, свопы, облигации с глубоким дисконтом, серийные облигации и др.), а также инструменты, имеющие признаки как капитала, так и заемных средств (ссуды участия, облигации участия, сертификаты инвестиций и др.).
4. Инновации в новых областях рынка капитала, такие как финансовые фьючерсы, фи-

<sup>2</sup> История экономических учений / Под ред. В.С. Автономова, О.И. Ананьина, Н.А. Макашевой. М., 2002. С.628-629.

<sup>3</sup> Кондратьев Н.Д. Проблемы экономической динамики. М., 1989. С. 202, 210.

нансовые опционы, рынки некотируемых ценных бумаг<sup>4</sup>.

Новый банковский продукт может быть единичным или массовым. Единичный продукт - это индивидуальный продукт. Он имеет характерные, только ему присущие особенности, которые выделяют его среди других банковских продуктов. Например, конкретная золотая монета определенной массы, именной сертификат или облигация банка-эмитента. Единичный банковский продукт имеет четко определенный круг своих покупателей, и поэтому он выпускается в расчете на конкретных потребителей.

Массовый банковский продукт - это продукт без резко выраженной индивидуальности. У него нет особых характерных черт. Массовый банковский продукт различается только по видам продукта или финансового актива, например, банковский депозит, банковский счет, облигации государственного внутреннего или муниципального займа всех видов и др. Массовый банковский продукт выпускается в расчете на широкий круг клиентов и инвесторов.

Конкурентная борьба способствует тому, что на российском рынке банковских услуг постоянно появлялись и появляются новые банковские продукты. Так, например, в 1996 г. Кредобанк ввел в банковскую практику счет НОУ (англ. now - negotiable orders of withdrawal - обрашающиеся приказы об изъятии), сочетающий в себе соединение депозитного вклада и текущего счета. В 1997 г. банк "Петровский" совместно с отделением Пенсионного фонда по Санкт-Петербургу стал осуществлять микрокредитование пенсионеров (сумма кредита от 200 руб.) на срок до 30 дней (до получения пенсии). Было множество других инноваций для российских клиентов: дебетные и кредитные пластиковые карты, валютно-процентный своп, операции по сочетанию контокоррента с овердрафтом. Однако самой важной банковской инновацией в мире и в России стало использование Интернета и виртуального банкинга. Это совокупность организационных мероприятий и технических средств, позволяющих клиентам управлять своими счетами вне зависимости от времени суток и местоположения. Наряду с классическим набором функций по управлению счетом виртуальный банкинг дает широкий спектр дополнительных услуг: передача данных о движении средств в корпоративную бухгалтерию; реализация локальных платежных систем; поддержка систем электронной коммерции и т.д.

<sup>4</sup> См.: Хеффернан Ш. и др. Проблемы банковской стратегии в оценках зарубежных экспертов // Банковское дело: зарубежный опыт. 1998. № 2.

Идея виртуального банкинга возникла в США в связи с ограничением на открытие банками филиалов в других штатах и жесткой конкуренцией. Сначала банки использовали Интернет для продвижения своих услуг, затем появились и полностью виртуальные банки. Смысл работы заключался в обслуживании больших территорий относительно небольшим количеством квалифицированных сотрудников, а экономия на издержках позволяла увеличивать прибыль.

С появлением Интернета банки в России получили возможность пользоваться глобальной информацией и самыми современными банковскими технологиями. Этому способствовало и то обстоятельство, что в банки в качестве финансовых аналитиков и системных администраторов пришли специалисты с техническим образованием, которые хорошо владеют программированием и способны оценить преимущества новых технологий.

Существует мнение, что Интернет сокращает издержки потребителей, связанные с поиском и получением информации, поэтому продавцы оказываются в ситуации совершенной конкуренции и вынуждены снижать цены до уровня предельных издержек<sup>5</sup>. В действительности же конкуренция между продавцами имеет место в первую очередь внутри рыночных групп, которые объединяют конкурентов со схожими масштабами бизнеса. Лидеры, контролирующие наибольшие доли рынка, прежде всего конкурируют между собой. В свою очередь, остальные продавцы конкурируют друг с другом, ориентируясь на цены, устанавливаемые лидерами. В банковском секторе такими лидерами в банковских технологиях, в том числе в использовании Интернета, являлись Автобанк-Никойл, Альфа-банк, Гута-банк и Сбербанк РФ.

Широкое практическое применение виртуального банкинга в России связано с необходимостью решения ряда организационных проблем.

Одной из таких проблем является, в частности, недостаточная юридическая защита электронной цифровой подписи клиента, которая должна обеспечиваться соответствующим Федеральным законом. Необходимые согласно данному Закону региональные удостоверяющие центры не работают, и банкам приходится решать данную проблему самостоятельно. Поэтому отечественный виртуальный банкинг не может пока достичь мирового уровня и ограничивается модернизацией системы "банк - клиент".

<sup>5</sup> См.: Кузнецов А. Электронные рынки и конкуренция // Вопр. экономики. 2004. № 2. С. 72.

Особенностью инновационной функции банковской конкуренции является также отсутствие патентной защиты нововведений. В связи с этим любая банковская инновация, внедренная одной кредитной организацией или их группой, рано или поздно воспроизводится на безвозмездной основе другими банками. Это усиливает конкурентную борьбу по линии обратной связи «инновация - конкуренция». ЦБ РФ лишь планирует разработать положения и рекомендации, которые позволили бы банкам ослабить негативное влияние недостаточно развитой правовой базы внедрения инноваций, в том числе виртуального банкинга. Пока же кредитные организации ориентируются на совершенствование систем внутреннего контроля и развитие мониторинга банковских рисков за счет учета их источников, имеющих технологический характер. Некоторые представители коммерческих банков считают, что ЦБ РФ не должен контролировать, как и какими технологиями они пользуются<sup>6</sup>.

Применение новых технологий коммерческими банками вызывает серьезное беспокойство Банка России с учетом необходимости укрепления системы банковского надзора, что ежегодно провозглашается одной из основных целей экономической политики государства. По мнению представителей ЦБ РФ, с точки зрения банковского надзора вместе с развитием электронного банкинга возникли три серьезные проблемы системного характера: 1) технологический прогресс в банковской сфере обуславливает постоянное отставание нормативной базы, регламентирующей банковскую деятельность; 2) применение новых технологий может вызвать снижение надежности и устойчивости коммерческих банков; 3) технологические нововведения могут привести к снижению эффективности контроля над кредитными организациями со стороны ЦБ РФ<sup>7</sup>. Отсюда делается справедливый вывод о необходимости постоянного мониторинга ситуации в области банковских технологий, изучения и анализа этих технологий, а также соответствующих им банковских рисков<sup>8</sup>. Вместе с тем, на наш взгляд, Банку России в данном плане следует действовать крайне осторожно и не вводить в действие какие-либо инструкции и положения по внедрению банками новых технологий. Это вызовет лишь раздражение у кредитных организаций по поводу подготовки дополнительных формальных отчетов для ЦБ РФ.

<sup>6</sup> См.: Коммерсантъ. Банк. 2003. 7 авг. № 139. С. 19, 20.

<sup>7</sup> См.: Лямин Л.В. Электронный банкинг: направления банковского регулирования и надзора // Деньги и кредит. 2004. № 6. С. 58-59.

<sup>8</sup> См.: Там же. С. 61.

Сравнительно недавно в российских банках стали внедряться автоматизированные банковские системы (АБС), которые сначала воспринимались нашими банкирами исключительно как инструмент операционной работы. Сегодняшняя ситуация требует комплексной автоматизации банковских процедур и процессов. В конечном счете это приведет к повышению производительности, оптимизации документооборота, улучшению качества и оперативности предоставления банковских услуг, что добавит серьезных конкурентных преимуществ пользователям АБС. Вместе с тем практика показывает, что в одной кредитной организации могут функционировать десятки различных программных продуктов, использующих различные аппаратные и технологические базы. Систематизация и детальная проработка технической политики позволит минимизировать производственные затраты на внедрение инноваций и достичь определенной унификации банковских продуктов. Экономические аспекты технической политики должны разрабатываться с учетом методик, положенных в основу системы бюджетирования банка. В свою очередь, процедура планирования и контроля исполнения бюджета банка и отдельных его подразделений должна также учитывать расходы и доходы, связанные с техническим обеспечением реализации основных банковских функций, экономическим результатом от их технологической реализации. Только в этом случае можно будет говорить о технологической конкурентоспособности российских банков на международной арене.

Следует отметить, что новые банковские технологии включают в себя не только технические разработки, но и гуманитарные новации, основанные на анализе спроса на те или иные банковские услуги. Здесь российские банки уже не только копируют западный опыт, но и внедряют свои собственные оригинальные проекты. Так, например, поскольку население больше доверяет валютным вкладам, а те не всегда оправдывают доверие, с осени 2003 г. некоторые банки стали предлагать клиентам так называемые мультивалютные вклады, в рамках которых можно распределять средства по трем валютам: доллары, евро и рубли. Достоинство такого вклада в том, что он защищает сбережения от инфляции, от колебаний курсов и приносит неплохой доход. Первыми мультивалютные вклады стали предлагать клиентам банки «Зенит», «Глобэкс» и «Возрождение».

Со своей стороны, Сбербанк РФ, чувствуя дыхание конкурентов на рынке розничных банковских услуг, также внедряет в практику ори-

гинальные инновации. Так, разработан проект “Мобильный банк” для держателей международных банковских карт. Клиент, используя свой мобильный телефон в режиме SMS-сообщений, получает следующие услуги: автоматическое информирование об операциях по банковской карте и о доступном лимите; предоставление краткой истории по карте; блокировку карты.

Развитие новых банковских технологий связано не только с инновационной, но и с регулирующей функцией банковской конкуренции. Напомним, что последняя заключается в возведении на предложение банковских продуктов с целью установления его оптимального соответствия спросу. Регулирующая функция стимулирует каждый банк развивать маркетинговую стратегию управления, основанную на планировании и осуществлении мероприятий, направленных на создание, распространение и продвижение к клиенту конкурентоспособных, а значит, новейших, банковских продуктов. Вот что пишет по этому поводу английский профессор М. Доуни: “Любой банковский менеджер скажет вам, что одна из его главных ролей - быть экспертом по маркетингу. Конкуренция на финансовом рынке возросла настолько, что для того, чтобы выжить, банки должны научиться продавать полный набор банковских продуктов... Что касается маркетинга, то наиболее важным для банка является разработка новых продуктов с хорошим дизайном и удобной доставкой потребителю”<sup>9</sup>.

Современный маркетинг качественно меняет отношения банка и клиента. Если раньше банк предлагал вкладчикам и заемщикам стандартный набор банковских продуктов, то сейчас он должен разрабатывать новые виды услуг. При этом в центре внимания должны всегда находиться реальные запросы клиентов. Если на данный продукт нет спроса, то его не следует предлагать, а тем более навязывать потребителям. Тактика “силового давления” (high pressure selling) может дать лишь временный эффект, но в конечном счете банк окажется в проигрыше - клиенты начнут от него уходить. Клиентуру можно удержать только при условии все более полного удовлетворения ее потребностей на основе постоянного внедрения инноваций.

Банки, как финансовые посредники, не могут не играть существенной роли в развитии инновационной экономики. Источником финансирования инноваций служат не только собственные ресурсы предприятий и организаций,

но и их заемные, в том числе банковские, средства. Это означает, что эффективность внедрения инноваций просчитывается не только потенциальным заемщиком, но и банком. Массовый приход банков в инвестиционный процесс, как справедливо отмечается, способен существенно его ускорить: “если случаи кредитования под инновации станут нормой, то многие актуальные проблемы модернизации страны будут легко разрешимы”<sup>10</sup>.

Как справедливо отмечают специалисты из Института экономики РАН, российская инновационная система будет иметь перспективы полноценного включения в мировое разделение труда только при условии значительного роста инновационной активности в экономике<sup>11</sup>. Это целиком относится и к банковской системе. Российские банки должны сами создавать новые или усовершенствованные банковские продукты, а не просто копировать зарубежные разработки. На вопрос: “стоит ли игра свеч?” - следует давать только положительный ответ.

Подводя некоторые итоги, можно сказать, что у российских банков, с одной стороны, есть все основания ускорять процесс внедрения новых технологий для успешной работы в современной конкурентной среде, с другой стороны, имеется много нерешенных проблем по реализации инновационной функции банковской конкуренции. В данных условиях государство должно установить “правила игры” на рынке банковских инноваций, создать инфраструктуру этого рынка, в том числе стимулировать финансирование инновационной деятельности на возвратной основе.

Эмпирические исследования свидетельствуют, что высокая конкуренция на рынках стимулирует инновационную деятельность. По данным Всемирного банка, на российских предприятиях, которые ощущают жесткую конкуренцию с другими российскими и иностранными предприятиями, вероятность внедрения новой продукции на 20 % выше, чем на тех, которые серьезного конкурентного давления не чувствуют. Вместе с тем “модель, основанная на чрезмерно централизованных решениях в экономической политике и значительном участии государства в поддержке приоритетных предприятий и отраслей, скорее не способствует, а мешает созданию инновационной экономики... Залогом успеха главным образом являются де-

<sup>10</sup> Инновационное развитие - основа ускоренного роста экономики Российской Федерации // Общество и экономика. 2006. № 4. С. 13.

<sup>11</sup> Новицкий Н.А., Курнышева И.Р. Вызовы XXI века: инновационный и инвестиционный ответ (в порядке постановки проблемы). М., 2002. С. 21.

<sup>9</sup> Цит. по: Уоскин В.М. Современный коммерческий банк. Управление и операции. М., 1998. С. 303.

централизованные процессы экономической деятельности в условиях жесткой международной конкуренции”<sup>12</sup>. Однако все же российская экономика и банковская сфера, в частности, еще не готовы к “жесткой международной конкуренции” и от государства требуются определенные меры протекционистского характера. Вместе с тем мы согласны, что развитие инновационной экономики в нашей стране в значительной степени зависит от активизации децентрализованных процессов экономической деятельности.

Государство в нашей стране на протяжении многих лет использовало ряд механизмов для того, чтобы занижать потребности людей, а значит, потенциальных банковских клиентов, поддерживать их адаптированность к относительно низкому уровню и качеству жизни. До сих пор

в России ситуация как с эффективностью функционирования экономики, так и с ее социальной отдачей остается неудовлетворительной. Как справедливо отмечается, “решающий вклад в улучшение этой ситуации должен внести прежде всего бизнес, а государство призвано создать важнейшие предпосылки для того, чтобы он мог это сделать - предпосылки прежде всего политические и правовые”<sup>13</sup>. Стратегия и тактика государственного регулирования должны быть направлены, таким образом, на отработку системы норм и правил, стимулирующих повышение эффективности работы бизнес-структур в процессе развития инновационной экономики. В банковской сфере в этом плане существенную роль играет политика, проводимая Центральным банком РФ.

*Поступила в редакцию 03.03.2007 г.*

<sup>12</sup> Литвак Дж. Перспективы инновационной модели экономики в России // Коммерсантъ. 2006. 6 дек. № 228. С.8.

<sup>13</sup> Гринберг Р.С. Экономическая эффективность предпринимательства и социальная ответственность фирмы // Общество и экономика. 2006. № 9 С.16-17.