

Краткосрочные ноты Национального банка являются главным инструментом денежно-кредитной политики страны. Именно за счет нот абсорбируется излишняя ликвидность из обращения, уровень инфляции снижается, за счет чего национальная валюта укрепляется и становится стабильной.

ЛИТЕРАТУРА

1. Галанов В.А. Рынок ценных бумаг: Учебник. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 378 с.
2. Годовой отчет Национального банка Республики Казахстан за 2017 г.
3. Что скрывается за нотами Нацбанка? – мнения..Режим доступа: <https://kursiv.kz/news/finansy/2016-03/cto-skryvaetsya-za-notami-nacbanka-mneniya>
4. Киселева Т. Новые ноты Нацбанка отберут «хлеб» у банков второго уровня – экономист. Режим доступа: <https://365info.kz/2017/06/novye-noty-natsbanka-otberut-hleb-u-bankov-vtorogo-urovnya-ekonomist/>
5. Видянова А. Нацбанк запустил приложение на базе блокчейн. Режим доступа: <https://kapital.kz/finance/67855/nacbank-zapustil-prilozhenie-na-baze-blokchejn.html>

УДК 332.1

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ НОВОГО БАНКОВСКОГО ПРОДУКТА НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

С.Б. Подопрigorova

г. Белгород, Россия

Белгородский государственный национальный исследовательский университет

В результате переполненности рынка банковских услуг соответствующими продуктами, имеет место разработка абсолютно новых банковских продуктов и услуг для достижения желаемого результата банками. Для реализации выявленных целей рассматривается оценка эффективности внедрения банковских продуктов, для более полного использования разрабатываемых проектов и достижения поставленных задач, а также получения большей прибыли.

Ключевые слова: банковский продукт, новый банковский продукт, банковская услуга, внедрение, эффективность.

EVALUATION OF THE EFFECTIVENESS OF THE IMPLEMENTATION OF A NEW BANKING PRODUCT AT THE REGIONAL LEVEL

S. B. Podoprigorov

Belgorod, Russia

Belgorod state national research University

As a result of the overcrowding of the banking services market with relevant products, there is a development of completely new banking products and services to achieve the desired result by banks. For the implementation of identified objectives discuss the assessment of the effectiveness of implementation of banking products, utilizing the development projects and achieve the objectives and obtain greater profits.

Keywords: banking product, new banking product, banking service, implementation, efficiency.

Отечественная экономика столкнулась с вызовами и проблемами, для решения которых отсутствуют готовые механизмы, алгоритмы и очевидные ответы. Отчетливо проявились различные аспекты экономического кризиса. Однако трудности экономики

связаны не только с применением в отношении России экономических санкций, как может показаться на первый взгляд. Глубоко в экономической системе произошли структурные деформации, преодоление которых требует создания новой индустриальной базы [1]. Важным является системный взгляд на решение фундаментальных проблем оценки эффективности внедрения нового банковского продукта на территории региона.

В условиях современной финансово–кредитной системы достаточно широк и разнообразен перечень банковских продуктов и услуг. Современный рынок достаточно жесток в отношении между различными кредитными организациями, это выражается в их суровом противостоянии. Несложно понять, что в таких условиях, коммерческие банки стараются путем внедрения различных приемов и методов стараться выйти на новый уровень, вывести новые банковские продукты. Это может происходить с помощью новых информационных или финансовых технологий. Но, как и в любом действии есть сила противодействия, которая предполагает, что разработка и внедрение новых банковских продуктов повлечет новые риски, которые нужно сдерживать путем дополнительных усилий.

На сегодняшний день во многих странах банковские системы находятся в самом центре экономического кризиса, при этом они ощущают на себе отрицательное действие возрастания проблемных долгов. В сложившихся условиях возникает необходимость разработки более эффективных способов управления банковскими рисками [2].

Кредитный риск, как один из ключевых рисков банковской деятельности, представляет собой вероятность невозврата кредитору заемщиком взятых на себя обязательств. Банком осуществляется предоставление денежных средств клиентам в соответствии с принципами, такими как принцип платности, принцип возвратности и принцип срочности, в случае их нарушения и возникает кредитный риск. Кредитный риск–менеджмент представляет собой единую систему управления кредитными рисками, охватывающую весь организационный процесс оценки кредитных рисков, принятия решений и контроля за их исполнением [3].

Для построения более эффективной системы управления кредитными рисками необходимо: сформулировать стратегию и задачи управления с учетом вышеуказанных принципов; установить принципы определения, оценки и диагностики риска в качестве основы при постановке приоритетных стратегий и задач и обеспечить сбалансированную защиту интересов всех лиц, имеющих отношение к банку; использовать данные принципы в качестве базы для создания важнейших процедур управленческого контроля [4].

В статье «Развитие современных методов продвижения банковских продуктов» Быкановой Н.И. говорится, что «толчком для развития банковского сектора может послужить рекламная политика коммерческих банков, которая должна строиться посредством формирования банковских продуктов и их непосредственного продвижения. В связи с этим значительно повысилась значимость разработки и внедрения новых эффективных банковских услуг для удовлетворения спроса клиентов» [2].

По мнению экономистов, перед российскими коммерческими банками в условиях современной экономической ситуации стоят следующие важные задачи: расширение набора банковских услуг; внедрение новых услуг с хорошими сервисными характеристиками; повышение эффективности новых банковских услуг предприятиям [5].

Рассматривая понятие «банковский продукт», необходимо отметить, что разными авторами оно интерпретируется по–разному. Обсудим некоторые толкования банковского продукта известными экономистами.

Например, Масленченков Ю.С. полагает, что «банковский продукт – это способ оказания услуг клиенту банка; регламент взаимодействия служащих банка с клиентом при оказании услуги, т.е. комплекс взаимосвязанных организационных, информационных, финансовых и юридических мероприятий, объединенных единой технологией обслуживания клиента» [6].

Лаврушин О.И. считает, что банковским продуктом являются: создание платежных средств и предоставление услуг. При этом создание платежных средств проявляет себя на уровне экономики в целом (на макроуровне), то есть Центральный банк производит выпуск денег, необходимых для обращения, для приобретения и потребления материальных благ и продолжения процесса воспроизводства [7].

Балабанов И.Т. под банковским продуктом понимает материально оформленную часть банковской услуги (карта, сберегательная книжка, дорожный чек, электронный кошелек и т.п.). Банковский продукт имеет осязаемую форму, предназначенную для продажи на финансовом рынке [8].

Этой точки зрения придерживается и Жуков Е.Ф., который считает, что «банковский продукт – это банковский документ (или свидетельство), который выпускается банком для обслуживания клиента и проведения банковских операций. Банковскими продуктами являются векселя, чеки, банковские проценты, депозиты, сертификаты и т.п.» [9].

Анализируя вышесказанное, можно сказать, что банковская операция представляет собой некое действие, которое направлено на решение задачи по управлению капиталом. Говоря о банковской операции, несложно догадаться, что она имеет нематериальную форму, то есть такую операцию нельзя потрогать и продать по установленной цене. Для осуществления процесса купли–продажи на финансовом рынке, банковскую операцию необходимо материализовать. Помогают в этом различные инструкции, методические указания, представляющие собой документ. Документ и есть банковский продукт, который и будет выступать объектом купли–продажи в финансово–кредитной системе.

Делаем вывод из всего вышесказанного, что банковский продукт – это своего рода товар, являющийся результатом банковской деятельности, который внедряют на рынок банковских услуг для продажи.

Отметим, что понятие «новый банковский продукт» относительно. На практике зачастую происходит так, что один банк внедряет у себя абсолютно новый, ранее не использованный, для него вид продукта или услуги, в то время как другой банк уже давно применяет такие продукты на практике. Тоже касается и клиентов. Один клиент может открыть для себя эту новую услугу, а другой уже давно пользуется. Внедрение банками новых продуктов и услуг означает, что он нацелен выйти на новый уровень рынка, освоить его, привлечь новых клиентов, удовлетворить желания и потребности «старых» и получить дополнительную прибыль. Особенно высока прибыль для банковских учреждений тогда, когда они являются монополистами банковского продукта или услуги, то есть разработанный продукт является абсолютно новым, никем не использованным. Однако, как показывает рынок банковских услуг, этот период длится недолго, поскольку другие банки стараются подхватить новшество, доработать, улучшить и предложить аналогичную услугу.

После внедрения новых банковских продуктов, происходит процесс оценки эффективности проделанной работы.

В своей работе Сапрыкина Т.В. и Щетинина Е.Д. говорят, что эффективность деятельности участников рыночных (обменных) отношений, то есть, предприятий выступает как синтез трех ступеней (стратегии лояльности, политики лояльности и тактики лояльности), как результат их реализации на всех трех уровнях [10].

Как правило, под эффективностью понимают способность сберегать необходимое количество труда, времени и денежных средств в расчете на единицу полезных эффектов от внедрения новых банковских продуктов.

Выделяют следующие показатели эффективности: показатель эффективности затратного типа (Эз), который показывает соотношение результата инновации к величине потребленного овеществленного труда; показатель эффективности инноваций ресурсов (Эр), показывающий отношение результата к стоимости использованных ресурсов. Показателем эффективности затратного типа может быть процентный доход на 1 рубль затрат,

а показателем ресурса – величина, являющейся обратной результату к среднегодовому размеру собственного капитала банка.

Для отражения общего показателя эффективности используют коэффициент абсолютной эффективности:

$$E = L \div I \quad (1)$$

Где L – прирост прибыли, а I – инвестиции.

Например, проведем оценку эффективности внедрения новых банковских продуктов на основе банка. Рассмотрим такую ситуацию, при которой банком были разработаны следующие продукты: кредит–1 и кредит–2. На разработку первого продукта было затрачено 1000 условных единиц (уе.), а на разработку второго – 2000 уе.

В таблице 1 приведен процентный доход от внедрения новых банковских продуктов по кварталам в течение календарного года.

Таблица 1.

Процентный доход по кварталам

	1кв	2кв	3кв	4кв	Итого
Кредит–1	100	60	30	40	230
Кредит–2	150	50	50	50	300

Собственный капитал при этом на протяжении всего года был равен 20 000 уе. и не изменялся.

Таким образом, показатель эффективности затратного типа Эз для банковских продуктов стал равен:

Таблица 2.

Показатель эффективности затратного типа (Эз)

	1кв	2кв	3кв	4кв
Кредит–1	0,1	0,06	0,03	0,04
Кредит–2	0,075	0,025	0,025	0,025

Как видно из таблицы 2, показатель эффективности затратного типа выше по первому продукту, чем по второму.

Показатель эффективности ресурсного типа Эр будет равен:

Таблица 3.

Показатель эффективности ресурсного типа (Эр)

	1кв	2кв	3кв	4кв
Кредит–1	0,005	0,003	0,0015	0,002
Кредит–2	0,0075	0,0025	0,0025	0,0025

По данным таблицы 3 можно сделать вывод, что эффективность ресурсного типа по второму продукту выше, чем по первому.

Рассчитаем показатель абсолютной эффективности внедрения первого продукта:

$$E_1 = \frac{230}{1000} = 0,23 \quad (2)$$

Теперь рассчитаем показатель абсолютной эффективности для второго продукта:

$$E_1 = \frac{300}{2000} = 0,15 \quad (3)$$

Таким образом, показатель эффективности от внедрения первого банковского продукта выше, что обуславливается доходами, при двукратном отличии затрат на разработку и внедрение по продуктам.

Подводя итоги, необходимо сказать, что оценка эффективности внедрения банковских продуктов является одним из главных и обязательных ступеней внедрения новых продуктов на рынке банковских услуг. Основываясь на поставленных целях и задачах, в некоторых

случаях показатели эффективности стоит рассчитывать еще на стадии разработки концепции банковских продуктов.

Однако внедрение новых банковских продуктов не всегда можно рассчитать на основе финансовых и экономических показателей. Зачастую внедрение новых инноваций может дать качественное изменение самого банка, что находит свое отражение в лояльности клиентов, их удовлетворенностью от новых услуг и продуктов. В этом случае требуется не только количественные, но и качественные оценки внедрения банковских продуктов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Титов А.Б., Некоторые аспекты функционирования региональной инновационной системы на примере Белгородской области /Титов А.Б., Ваганова О.В.// Известия Байкальского государственного университета. 2016. Т. 26. № 4. С. 550–556
2. Быканова Н.И., Логвинова А.С. Устойчивое развитие науки и образования. 2017. № 11. С. 10–15.
3. Кредитный риск банка [Электронный ресурс] // «Grandars» : [сайт]. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/student/bankovskoe-delo/upravleniekreditnym-riskom.html>
4. Яцкова М.В., Пахомова А. А. Современные подходы к управлению кредитным риском в коммерческом банке // Экономика и экономические науки. 2015. № 10. С. 395.
5. Маркова О. М. Организация деятельности коммерческого банка: Учебник. – М.: Форум; Инфра-М, 2016. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/ru-ru/>, свободный.
6. Масленченков Ю.С. Технология и организация работы банка: Теория и практика . – М.: ДеКА, 2014. – 432 с.
7. Лаврушин О.И. Банковские операции: учебное пособие – М.: Кнорус, 2018. – 384 с.5.
8. Балабанов А., Боровкова В., Панкова Л., Панова А., Бойкова Ю., Смирнов А., Банки и банковское дело: учебник. – М.: Юрайт, 2016. – 624 с.
9. Жуков Е.Ф., Эриашвили Н.Д. Банковский менеджмент: Учебник для студентов вузов, – М.: ЮНИТИ–ДАНА, 2015. – 327 с.
10. Щетинина Е.Д., Сапрыкина Т.В. Белгородский экономический вестник. 2015. № 1 (77). С. 51–55.
11. Владыка М.В., Анализ эффективности показателей экономики макрорегиона (на примере центрального федерального округа) Владыка М.В., Ваганова О.В., Кучерявенко С.А., Быканова Н.И.// Общественные науки. 2016. № 11. С. 3728.
12. Vladyka M.V., Analysis of efficiency indicators of a macro region's economy (on the example of the central federal district) /Vaganova O.V., Kucheryavenko S.A., Bykanova N.I. // The Social Sciences (Pakistan). 2016. T. 11. № 15. С. 3728–3733

УДК 631.71

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЕ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Н.Т. Сарганова

г. Костанай, Республика Казахстан

Костанайский государственный университет им. А. Байтурсынова

С.Ж. Кусанов

г. Алматы, Республика Казахстан

АО «Евразийский банк»

В статье рассмотрены практические основы цифровизации в банковском секторе как основы финансовой системы. Приведены результаты международного опыта внедрения цифровизации в финансовый сектор экономики. Рассмотрены особенности