

6. Алексеев С.С. Проблемы теории права. Курс лекций в двух томах. - Свердловск, 1972. Т. I.
7. Валеев Д.Ж. Обычное право и начальные этапы его генезиса. // Правоведение. - 1974. № 6.
8. Анисимов А.Ф. Духовная жизнь первобытного общества - М. - Л., 1966.
9. Зыбковец В.Ф. Происхождение нравственности. - М., 1974.
10. Мартезон – Гнидкин А. Государственное опровержение лжеучений об обычном праве и правовом отношении. - М., 1906.
11. Погодин М.П. Исследования, замечания и лекции о русской истории. - М., 1846.
12. Владимирский-Буданов М.Ф. Обзор истории русского права. - Киев, 1905.
13. Памятники русского права. Т. 1. - М., 1952.

COMMON LAW AS A SOURCE OF LAW

© 2012

R.L. Khachaturov, doctor of law science, professor, director of the Institute of Law
Togliatti State University, Togliatti(Russia)

Keywords: right formation; common law; law; transformation of customs.

Annotation: In work the essence and an origin of an oral common law reveals. The special attention the author addresses on transformation of customs in a common law on monuments of the domestic right.

УДК 330

ВЗАИМОСВЯЗЬ МЕЖДУ КОНКУРЕНТНЫМИ ПОЗИЦИЯМИ БАНКА И ЕГО ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

© 2012

Е.М. Широнина, старший преподаватель,
кафедра «Экономики и управления на предприятии»

Ю.А. Тиунова, студент

Пермский национальный исследовательский политехнический университет, Пермь (Россия)

Ключевые слова: инновация, банковская инновация, стратегические инновации, реактивные инновации.

Аннотация: Наступит время, когда российским банкам будет сложно привлечь клиентов и тем самым удержать конкурентные позиции, просто расширяя географию и предлагая модернизированные банковские продукты. Будущее банка зависит от развития его инновационной деятельности, результатом которой являются новые, специфические продукты и услуги.

Переход России к рыночной экономике послужил развитию конкурентных отношений во всех отраслях страны, в том числе и в банковской сфере. По состоянию на 1 октября 2012 г. в России действуют 962 кредитные организации, из них — 294 (30,7%) можно отнести к средним и мелким банкам [1]. В связи с таким значительным числом конкурентов, банкам приходится постоянно развивать и совершенствовать свою деятельность различными способами и методами. На сегодняшний день одним из эффективных способов получения конкурентного преимущества перед другими банками является

внедрение новых продуктов и технологий (процессов). Данное внедрение выступает важнейшим средством обеспечения стабильности функционирования, экономического роста и конкурентоспособности банков. Новые продукты и технологии, реализуемые на рынке, представляют собой инновацию.

Термин «банковская инновация» толкуется неоднозначно. Существует множество его трактовок, и понятие по-прежнему остается дискуссионным. В более конкретном толковании все определения сводятся к тому, что банковская инновация - это конечный результат

инновационной деятельности банка, выраженный в форме нового банковского продукта, причем его новизну определяют следующими направлениями [2]:

1) продукт, самостоятельно разработанный банком для удовлетворения потребностей клиентов и не имевший ранее аналогов на рынке;

2) продукт, уже имеющийся в спектре услуг банка и используемый им на одном из рынков, но выведенный на другой рынок, где у банков-конкурентов аналогичный продукт отсутствовал;

3) новый для России зарубежный банковский продукт.

Банковские инновации представляют собой процесс постоянного обновления различных областей работы банка, в том числе и осуществляемого на основе анализа достижений конкурентов. Инновации включают в себя не только технические или технологические разработки, но любые изменения в лучшую сторону во всех сферах деятельности банка. Постоянное обновление делает инновационную деятельность банка важным средством сохранения позиций на рынке [3]. Отсюда очевидна тесная связь между конкурентными позициями банка и его инновационным потенциалом.

Как говорилось ранее, в банковской сфере сложилась сильная конкуренция. И чтобы выжить в таких условиях, банку приходится не только предоставлять качественную услугу и хорошо зарекомендовать себя на рынке, но и постоянно предлагать клиентам что-нибудь новое.

Как с этим справляются банки России, что могут предложить, какие новые услуги и продукты банка существуют на сегодняшний день?

На данный момент сложилась система, когда клиенты банка могут управлять своими счетами и осуществлять ряд операций по ним дистанционно. Такая система получила название онлайн-банкинг [4]. Управление банковскими счетами на удаленном доступе может осуществляться различными способами: посредством телефона, Интернета, персонального компьютера и портативных устройств.

Наибольшее распространение среди пользователей онлайн-банкинга получил интернет-банкинг - технология дистанционного обслуживания, которая предоставляет доступ к счетам и операциям по ним в любое время и с любого компьютера, имеющего доступ в Интернет. По результатам рейтинга Internet Banking Rank 2012 лучшей системой интернет-обслуживания признана система Сбербанка. Банковский продукт «Сбербанк ОнЛ@йн» позволяет совершать все операции удаленно, то есть управлять вкладами и картами, совершать платежи и переводы через Интернет. Вторую строчку рейтинга занимают такие системы, как «Альфа-Клик» и «Enter.Unicredit», которые принадлежат Альфа-Банку и ЮниКредит Банку соответственно.

В 2011 году Альфа-Банк с помощью сервиса Интернет-банка «Альфа-Клик» ввел новую услугу «Копилка для сдачи». Данная услуга дает возможность клиентам накапливать средства, расплачиваясь пластиковой картой - после каждой покупки определенная сумма автоматически переводится с текущего счета клиента на его накопительный счет или, по выбору клиента, на целевой счет. Таким образом, это позволяет клиенту определить, на что он хочет накопить средства, наметить несколько целей, каждой из которых присвоить собственное название, рассчитать график и проконтролировать ход накопления.

Другой тенденцией в развитии сервисов для клиентов является создание банковских офисов самообслуживания. Основное их отличие от обычных отделений - полное или частичное отсутствие сотрудников и наличие специального терминала, с которым клиент работает

посредством банковской карты. Система считывает данные и выводит на экран персонализированное приветствие и информацию о возможных операциях [5]. В данном направлении активно работает Сбербанк. На Северо-Западном регионе страны за 2012 год уже открылось 30 офисов нового образца. Еще одним новым продуктом Сбербанка является открытие офисов-автобусов. Данный офис представляет собой автобус с двумя терминалами и двумя терминалами самообслуживания. Главная задача такого офиса состоит в увеличении доступности банковских услуг для населения, также предполагается его использование в районах, где стационарные офисы закрылись на реформирование, а также в местах массовых мероприятий.

Кроме введения новых продуктов и услуг, к инновационной деятельности банка также относятся изменения на рынке кредитования. Постепенное смягчение требований по наличию первоначального взноса, отсрочка первоначально взноса, снижение процентной ставки на кредит и увеличение срока кредитования также входит в сферу инноваций. В марте 2012 года Россельхозбанк осуществил запуск новых кредитных продуктов «Рациональный» и «Доступный». Данные продукты позволяют предоставлять кредиты малым предприятиям в сфере торговли, общественного питания, грузоперевозок, оказания бытовых услуг населению. Поскольку основным направлением деятельности Россельхозбанка является финансирование агропромышленного комплекса России, то деятельность в новых отраслях экономики является для данного банка инновационной.

Сегодня на российском рынке существует инновации, которые не требуют больших материальных затрат и связаны с повышением эффективности нескольких операций, при этом не оказывают заметного влияния на производственный процесс в целом. Примером таких инноваций служит проект Сбербанка «Биржа идей», который запущен с ноября 2009 года. В рамках системы управления инновационной деятельностью сотрудники Сбербанка могут предложить инновационную идею по улучшению работы банка и сокращению его затрат. За хорошую идею банк готов платить сотрудникам до 10% рассчитанного экономического эффекта предложений, но с верхним ограничением в зависимости от базового уровня дохода человека. За два года существования проекта более 8, 5 тысяч предложений были внедрены, а общий эффект от внедрения решений превысил 7 млрд. руб. Основная тематика предложений в «Бирже идей» - «Сбербанк ОнЛ@йн» (42%), кредитование (24,6%) и банковские карты (23,6%).

В октябре 2010 года Альфа-Банк запускает проект «Альфа-Идея», который противоположен проекту Сбербанка. Цель создания проекта состоит в том, чтобы собрать и систематизировать предложения клиентов, направленные на получение ими еще большего уровня комфорта при обслуживании в банке. На сегодня принято в работу 188 идеи, из них реализовано 98.

Указанные инновационные продукты не представляют собой исчерпывающий список, поскольку сфера инноваций чрезвычайно обширна. Она охватывает все стороны деятельности банка: программное и компьютерное обеспечение, решение проблем удаленного доступа, информационная безопасность, универсализация услуг, система управления, выполнение банками новых функций (лизинга, факторинга и т.д.). Все указанные инновации относятся к стратегическим, которые в основном носят упреждающий характер, их основная цель - получение в будущем конкурентных преимуществ.

Помимо стратегических инноваций существуют реактивные инновации. Реактивные инновации относятся

к банкам, которые проводят оборонительную стратегию. Они направлены на то, чтобы обеспечить выживание банка на рынке, и в основном являются реакцией на новые преобразования банка-конкурента.

Для внедрения стратегических инноваций необходимо достаточное количество средств. Поэтому они доступны лишь крупнейшим участникам банковского сектора, таким как Сбербанк, Россельхозбанк, Альфа-Банк, ЮниКредит Банк и т.д. Поэтому представленный список инноваций, относится к этим банкам. Внедряя такой тип инноваций, банки получают преимущества перед другим банками, и тем самым выдвигаются на новые конкурентные позиции.

Таким образом, состояние общественных потребностей, научно-технический прогресс, повышение ликвидности и самое главное жесткая конкуренция толкают банки на осуществление инновационной деятельности. Процесс формирования и установления банковской инновации является сложной, комплексной проблемой, которая охватывает все функциональные стороны работы банка. Однако наличие тесной взаимосвязи ин-

новационного потенциала банка и его конкурентных позиций, не дает банкам останавливаться перед данной проблемой. Банки понимают, что на данный момент без постоянных инноваций не выжить на современном рынке. Создание и внедрение новых, специфических, индивидуальных банковских продуктов, знаменует переход рынка банковских услуг и продуктов на новый этап развития.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. <http://www.cbr.ru>
2. Свиридова Н.И. Инновации в российской банковской системе // Банковское дело. 2011. № 9. С. 46.
3. Уткин Э.А. Стратегический менеджмент: способы выживания российских банков. - М.: Фонд Экон. Просвещения, 1998. С. 76.
4. Муравьева А.В. Банковские инновации: мировой опыт и российская практика. - М.: МГПУ, 2005. - С. 55–56.
5. Оганесян А.Г. Новые горизонты IT в кредитных организациях // Банковское дело. 2011. №2. С. 77.

THE INTERRELATION BETWEEN THE COMPETITIVE POSITIONS OF THE BANK AND ITS INNOVATIONS

© 2012

E.M. Shironina, senior lecturer, department of Economics and Management

J.A. Tiunova, student

Perm National Research Polytechnic University, Пермь (Russia)

Keywords: an innovation, a banking innovation, strategic innovations, reactive innovations.

Annotation: There will come a time when it will be difficult for the Russian banks to attract customers and thus maintain its competitive position, simply expanding the geography and offering modernized bank products. Bank's future depends on the development of its innovative activities that result in new, specific products and services.