

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(**Н И У « Б е л Г У »**)

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ
Кафедра финансов, инвестиций и инноваций

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ**

Выпускная квалификационная работа студента

заочной формы обучения
направления подготовки 38.03.01 Экономика профиль «Финансы и кредит»
4 курса группы 06001358
Лазебного Станислава Александровича

Научный руководитель
к.э.н., доцент
Ваганова О.В.

БЕЛГОРОД 2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ	
1.1 Понятие, сущность и виды инновационных технологий в банковской сфере.....	6
1.2 Роль инновационных технологий в развитии банковской сферы.....	10
1.3 Зарубежный опыт развития инновационных технологий в банковской сфере	15
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПАО СБЕРБАНК	
2.1 Организационно-экономическая характеристика ПАО Сбербанк	24
2.2 Анализ показателей финансово-экономической деятельности ПАО Сбербанк	28
2.3 Оценка эффективности использования инновационных технологий в ПАО Сбербанк	35
2.4 Проблемы использования банковских инновационных технологий и их пути совершенствования.....	43
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	48
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	52
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	58

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Всевозможные инновации, внедряемые в последние годы банками, являются одной из интереснейших тем десятилетия, связанных с трансформацией банковского бизнеса. Сейчас, пожалуй, трудно найти банк, который в своей стратегии не упомянул бы про инновационность или не сделал бы акцент на используемые им современные технологии в обслуживании клиентов.

Однако ряд экспертов видит одну из причин финансового кризиса именно в бесконтрольном внедрении технологических инноваций в банковском секторе: чрезмерное увлечение инновациями со стороны банков и их неприятие потребителями стало ловушкой, в которой оказались банки на разных рынках стран. Банками было потрачено очень много ресурсов на то, что, как оказалось, не привело к росту продаж, неинтересно клиентам и не оказывает влияние на их лояльность.

Необходимо также учесть, что понимание инноваций и их восприятие самими банками и их клиентами радикально отличаются.

Как обычно, поставщик финансовых услуг (банк) и потребитель данных услуг (клиент) имеют каждый свою точку зрения на само понятие «инновации» или «инновационные технологии». И порой эти точки зрения оказываются диаметрально противоположными.

Можно сказать, что внедрение инноваций в банках происходит в двух направлениях, к сожалению, не всегда связанных между собой: в направлении технологических инноваций и в направлении усовершенствования процессов клиентского обслуживания. Многие годы инновации были инструментом для оптимизации издержек кредитно-финансовых институтов и происходили в таких сферах, как IT, маркетинг, CRM, упаковка и дизайн банковского продукта.

Степень научной разработанности проблемы. Тема данного исследования с каждым годом набирает обороты в области ее изучения.

Основными авторами, которые внесли свой вклад в изучение данной темы являются: Абрамейцева Е. А., Антонов К. А., Баранов А. М., Баринов А.Э., Бархатов И.В., Белозеров С.А., Бугорский В.Н., Бурдина А.А., Бухарова, М., Викулов В. С., Глинянов В.С., Попов Г.П. и другие.

Целью выпускной квалификационной работы является разработка мероприятий по повышению эффективности использования инновационных технологий в банковской сфере.

Для достижения поставленной цели, необходимо решить ряд **задач**:

- изучить теоретические аспекты инновационных технологий в банковской сфере;
- провести анализ показателей финансово-экономической деятельности коммерческого банка;
- провести анализ показателей использования инновационных технологий в коммерческом банке;
- выявить проблемы использования инновационных технологий в коммерческом банке;
- предложить пути совершенствования использования инновационных технологий в коммерческом банке.

Объектом исследования являются инновационные технологии в банковской сфере.

Предметом исследования являются финансово-экономические отношения, возникающие между коммерческим банком и его клиентами в процессе использования инновационных технологий.

Теоретическую базу исследования составили научные труды: статьи, научные публикации, учебная литература по теме исследования таких ученых, как Имрамзиева М.Я. Кабушкин, Н.И., Казанская Е. А., Карминский, А.М., Ломакин А.Ю., Менделян А. С., Миненко К.Л., Муравьева А.В., Охлопков А.В., Просалова В.С., Никитина А.А., Разу М.Л., Сафрончук М.В., Семибратова О.И., Смовженко, Т. С., Соловьева Е.К., Ханиева М.А., Тихомирова Е.В., Фаронов, В.В., Шустов А. А., Хисамутдинов М.К.

Методологическую базу исследования составили методы анализа и синтеза научных работ по теме исследования.

Информационную базу исследования составила финансовая документация исследуемого банка, а именно отчет о финансовых результатах, бухгалтерский баланс ПАО Сбербанк за 2014-2016 год.

Практическая значимость данного исследования заключается в применении полученных результатов и разработанных рекомендаций по повышению эффективности использования банковских инновационных технологий в деятельности кредитных организаций.

Структура работы включает введение, две главы, заключение, список литературы из 53-х источников, пять приложений.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ

1.1 Понятие, сущность и виды инновационных технологий в банковской сфере

Появление инновационных банковских продуктов и технологий обусловлено развитием банковского дела. Их разработка и продвижение на каждом из этапов становления банковского дела обусловлены потребностями воспроизводственного процесса и типом экономической системы.

С помощью создания нового банковского продукта возможно разрешение противоречий воспроизводственного процесса, противоречия между ликвидностью, доходностью и риском, между ограниченными ресурсами банков и изменяющимися потребностями потенциальных клиентов. [1, стр. 15]

Итак, под инновацией понимается использование новшеств в виде новых технологий, видов продукции и услуг, новых форм организации производства и труда, обслуживания и управления.

Под новшеством подразумевают, новый метод, новое изобретение, новое явление. Инновация подразумевает под собой конечный результат инновационной деятельности.

Представляет собой новый и усовершенствованный продукт, который был внедрен на рынок, нового технологического процесса, используемого на практике. [6, стр. 5]

Под инновацией в банковской сфере понимают создание новых банковских продуктов, а также совершенствование уже существующих банковских продуктов с использованием современных информационных технологий, использование в банках современного технологического оборудования в целях повышения эффективности и конкурентоспособности оказываемых услуг, изменение технологии обслуживания клиентов банка.

На рисунке 1.1 схематично приведена экономическая сущность технологических инноваций в банковской сфере:

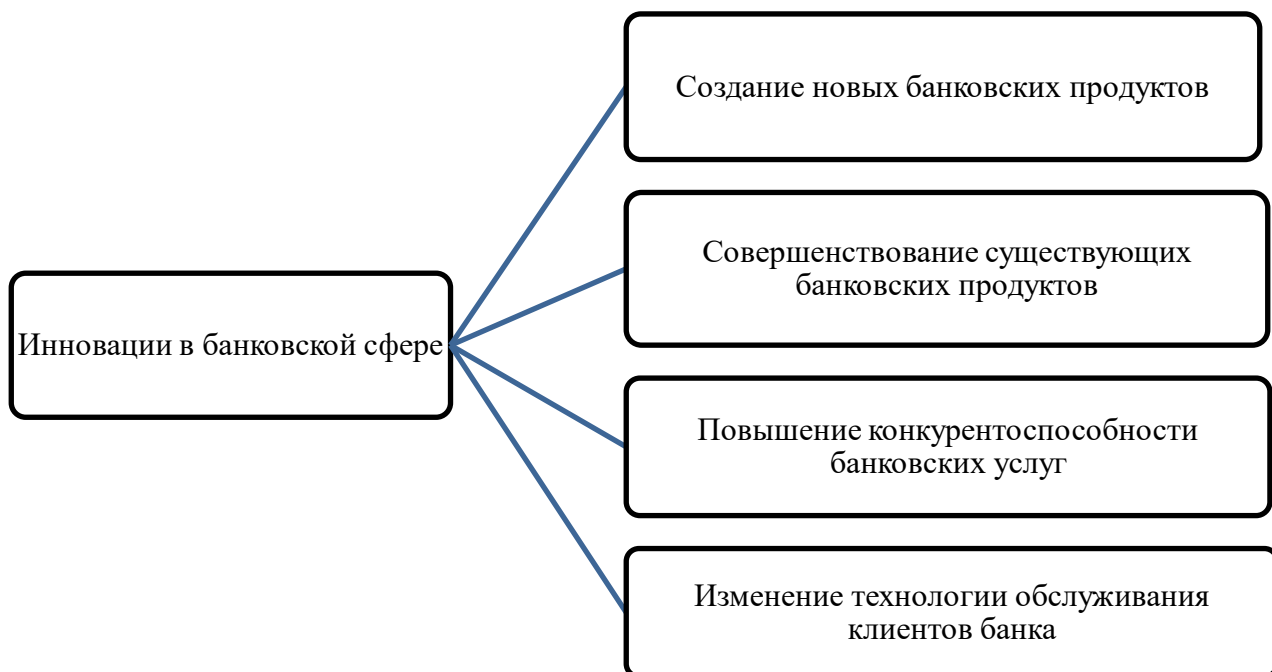


Рис. 1.1. Экономическая сущность инноваций в банковской сфере

Таким образом, сущность инновации в банковской сфере заключается в создании новых банковских продуктов, в совершенствовании существующих банковских продуктов, в повышении конкурентоспособности банковских услуг, в изменении технологии обслуживания клиентов банка.

Далее рассмотрим типы инноваций в банковской сфере.



Рис. 1.2. Виды инноваций в банковской сфере

Рассмотрим более подробно каждый вид инноваций в банковской сфере:

- Продуктовые инновации - Осуществление нового продукта на уже существующем рынке
- Технологические (процессные) инновации - Введение нового метода, технологии, операции или процесса с целью сокращения издержек
- Рыночные инновации - Образование принципиально нового рынка товаров и услуг
- Маркетинговые инновации - Освоение новых ресурсов, методов работы на рынке, новых форм бизнеса в банковской сфере
- Управленческие инновации - Модификация структуры управления банком.

Трансформация банковского дела происходила с момента функционирования обменных банков в качестве посредников при экономике товарного обращения и движения стоимости в форме обмена, перемещения.

На смену ей пришла экономика обращения капитала и формирование капиталистического банка с появлением авансирования как формы движения стоимости.

На этой стадии в процессе перехода от обменно-депозитного к кредитно-инвестиционному банковскому делу происходит возникновение банковского продукта. [6, стр. 19]

На стадии становления финансовой экономики и развитии финансового посредничества при движении стоимости в форме перераспределения банки готовы предложить производные комплексные продукты.

На этом этапе инновационные банковские продукты меняют облик деятельности банка. Для их внедрения необходима определенная среда, соответствующий уровень развития банковского дела. [12, стр. 22]

На российском банковском рынке переплетены банковские продукты, которые характерны для разных этапов эволюции банковского дела. Поэтому, двигаясь к появлению инновационных банковских продуктов, необходимо наверстывать упущенное одновременно с освоением нового.

Для успешного функционирования банковского рынка требуются инновации, банковские продукты, обладающие потенциалом роста и развитие банковской отрасли, синхронное с преобразованиями в реальном секторе экономики.

Те формы банковских продуктов, которые уже устарели, должны развиваться до их естественной замены исторически и логически последовательными формами, и при этом осваиваться новые. [2, стр. 44]

В связи с тем, что создание инновационных банковских продуктов и технологий нацелено на разрешение противоречия между ограниченными ресурсами банков и изменяющимися потребностями потенциальных клиентов, как это было отмечено выше, банки должны стремиться к эффективному использованию имеющихся ресурсов и снижению операционных издержек, ориентироваться на прогрессивные способы ведения бизнеса.

На сегодняшний день электронные банковские услуги являются перспективно развивающимся направлением российского банковского бизнеса.

Банки вкладывают ресурсы в развитие новых технологий, повышают качество бизнес-процессов и технологических процессов, тем самым отвечая на возрастающие требования клиентов дистанционного банковского обслуживания (ДБО). [6, стр. 15]

Такие современные технологии как электронные деньги, осуществление платежей через интернет-банкинг, мобильный банкинг, онлайн платежи позволяют клиентам осуществлять банковские операции в дистанционном режиме, это гарантирует удобство и практичность в связи с отсутствием необходимости посещения офисов банка, что, безусловно, экономит время.

Для банков преимущество электронных услуг заключается в снижении издержек на проведение банковских операций, сокращении времени их проведения, автоматизация процессов позволяет сэкономить живой труд

сотрудников, у которых появляется возможность переориентироваться на услуги, где важно личное взаимодействие с клиентом, например, консалтинговые услуги.

Таким образом, под инновацией в банковской сфере понимают создание новых банковских продуктов, а также совершенствование уже существующих банковских продуктов с использованием современных информационных технологий, использование в банках современного технологического оборудования в целях повышения эффективности и конкурентоспособности оказываемых услуг, изменение технологии обслуживания клиентов банка. Инноваций в банковской сфере подразделяются на: продуктовые инновации; технологические (процессные) инновации; рыночные инновации; маркетинговые инновации; управленческие инновации.

1.2 Роль инновационных технологий в развитии банковской сферы

Основным и наиболее действенным фактором успешного функционирования банковской системы выступает политика внедрения и развития инновационных финансовых продуктов и технологий.

Под ними следует понимать инновационные технологии, функционирующие в финансовой и банковской сферах и катализирующие эффективное выполнение коммерческими банками своих функций.

В рамках улучшения экономики страны в целом банковская сфера выступает в качестве основной базы построения системы финансирования процесса модернизации, поскольку она занимает наибольшую долю в финансировании инновация в основной капитал организации.

Изменение законодательной и нормативной базы, рост конкуренции на рынке банковских услуг, существенные региональные различия по составу клиентов и возможностям расширения бизнеса, повышение требований к

обеспеченности и доступности телекоммуникационных систем – все это является мотивацией для инновационной активности.

Процесс реализации инновационной деятельности коммерческих банков тесно связан с планированием и реализацией приоритетных направлений их деятельности, которые обусловлены характерными особенностями развития банковской системы [4, стр. 12]:

1. Либерализация банковского законодательства;
2. Рост межбанковской конкуренции;
3. Появление виртуальных банков;
4. Рост финансовых инноваций в деятельности банков;
5. Универсализация банковской деятельности;
6. Использование системы электронных платежей;
7. Интернационализация и глобализация банковского дела.

В процесс разработки и внедрения новых технологий в уже сложившийся механизм функционирования следует не забывать о возможности рискованных ситуаций.

Рискам, образующимся в процессе инновационной деятельности, присущи следующие особенности [1, стр. 4]:

1. Основными объективными рисками, оказывающими влияние на развитие финансовых инноваций, являются процентный, кредитный, рыночный, инновационный и риск ликвидности;
2. В основе заключения сделок между контрагентами лежат различия в прогнозировании поведения рынка, различные инвестиционные горизонты и причины субъективного характера.

Необходимость в модернизации коммерческих банков во многом обуславливается изменениями, происходящими на международной арене.

Эти изменения происходят на нескольких уровнях: глобальном, региональном и национальном, поскольку международная банковская система все больше представляется как глобальный финансово-информационный комплекс. [26, стр. 3]

Между внедряемыми технологиями и потребностями клиентов коммерческих банков можно выявить логическую взаимосвязь. Первостепенные предпочтения клиентов удовлетворяются за счет дополнительных услуг банка. Наглядным примером служит индивидуальное обслуживание клиентов (Private banking) или дистанционное банковское обслуживание вне расчетно-кассового центра. Удаленное управление банковскими счетами осуществляется за счет следующих услуг:

- Мобильный банкинг (mobile banking, m-banking);
- Интернет банкинг (Internet banking);
- Телебанкинг (telebanking);

Эволюция банковского обслуживания в сторону дистанционной модели объясняется рядом особенностей, а именно изменение образа жизни общества, постоянная динамика социальной и экономической среды банковской сферы, автоматизация банковских операций в условиях жесткой конкуренции.

Необходимо отметить, что, несмотря на консервативные принципы работы отечественных банков, менеджмент большинства из них пытается применять инновации не только для решения вопросов, касающихся стратегического развития кредитной организации, но и при решении текущих задач.

Например, ряд кредитных учреждений России предлагают осуществлять удаленное управление банковскими процессами через телефон - телебанкинг, посредством компьютера - e-банкинг, через Интернет - Интернет-банкинг, портативные устройства - мобильный банкинг. [8, стр. 5]

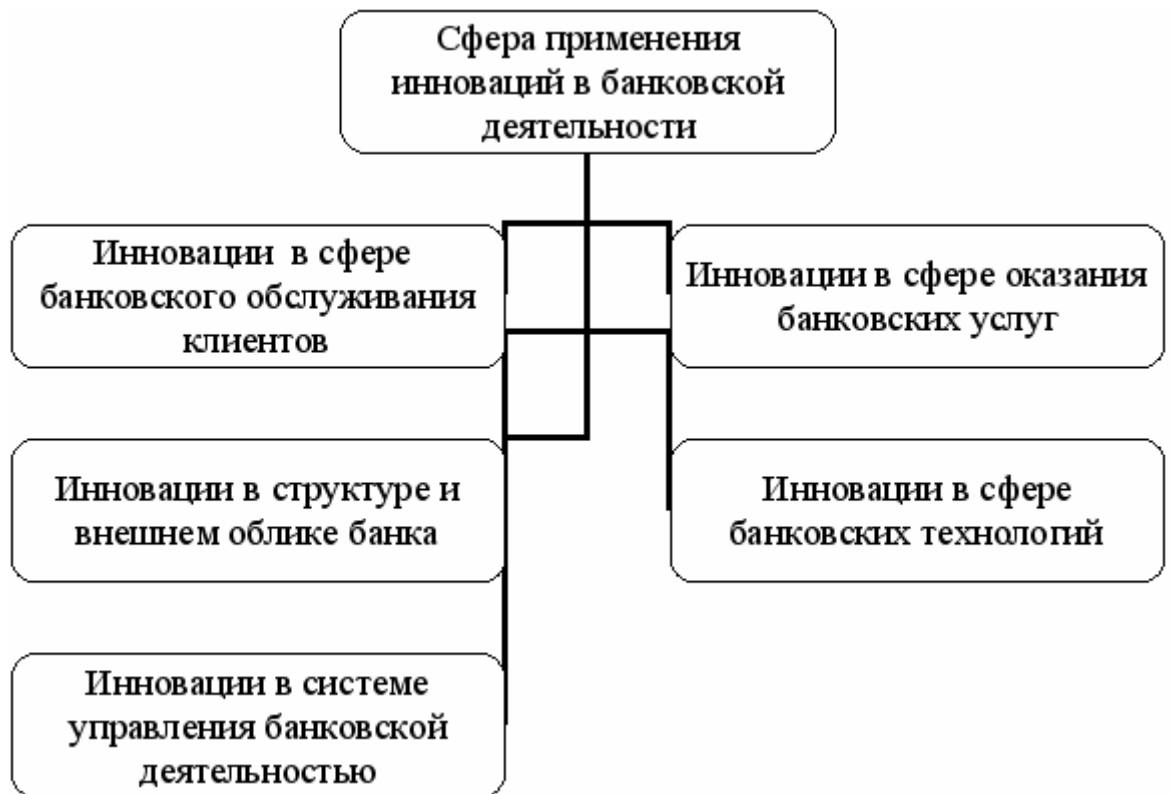


Рис. 1.3. Направления инноваций в банковской сфере

Перенос центра тяжести на дистанционные модели банковского обслуживания обусловлены изменениями образа жизни людей, внедрением новых информационных технологий, ростом конкуренции.

В связи с этим отделения банков становятся специализированными сервис-центрами.

В условиях глобализации внедрение инновационных технологий, продуктов банками в свою деятельность является насущной необходимостью, так как позволит им выстоять в конкурентной борьбе.

Опираясь на опыт зарубежных банков, отечественным кредитным организациям целесообразно при разработке инновационной стратегии, в целях эффективного функционирования и управления инновационным процессом, осуществлять мониторинг среды деятельности банка с целью определения потребностей перемен в его деятельности; разрабатывать стратегии и формировать программы перемен в деятельности банка как

системы коллективных действий по достижению общей цели; поддерживать инновационные идеи и начинания персонала. [8, стр. 9]

Полагаем, что активность персонала в жизни банка позволит сформировать особую атмосферу, в которой не нужно будет проводить социологический мониторинг.

А создание инновационной инфраструктуры банка решит вопрос со справедливой оценкой интеллектуальной собственности в инновационном процессе; с мотивацией к участию в инновационной деятельности.

По нашему мнению, проблема отечественных банков заключается не столько в получении банковских инноваций, сколько во внедрении её в деятельность банка с наименьшими затратами времени и средств, другими словами, с требуемым уровнем эффективности.

В современных условиях инновации позволяют банку, оказывая услуги клиентам, получать дополнительный доход на протяжении длительного периода времени. Но эффективность внедрения инновационных технологий не всегда можно оценить финансовыми показателями. [11, стр. 6]

Качественные изменения функционирования банка способствуют повышению его эффективности, что выражается через лояльность клиентов.

Таким образом, инновационные технологии сформировали концепцию банка будущего, который в своей деятельности применяет технологии, дающие стратегический эффект, состоящий в приросте количества клиентов, сокращения расходов на проведение банковских операций при оптимальном уровне риска и позволит реализовать свои конкурентные преимущества не только в краткосрочной перспективе, но и занять лидирующие позиции в мировом финансовом сообществе.

1.3 Зарубежный опыт развития инновационных технологий в банковской сфере

Наиболее инновационные банки Европы уже предлагают своим розничным клиентам выбор из нескольких вариантов продуктов/услуг и их комбинаций. Тем самым у клиента создается ощущение, что данный продукт создавался специально для него. Если раньше подобный подход был доступен только клиентам Private Banking, то в настоящее время благодаря внедрению инновационных решений в сфере IT некоторые элементы «открытой архитектуры» становятся доступными и для розничных клиентов. В этом направлении открываются широкие перспективы для инноваций, которые способны изменить потребительский опыт при стандартном наборе финансовых продуктов.

Когда речь заходит о банковских инновациях, клиенты прежде всего вспоминают про Интернет и дистанционное банковское обслуживание, которые являются относительно новыми каналами продвижения услуг для банков стран постсоветского пространства.

Усовершенствование и отработка относительно новых для банков СНГ каналов удаленного обслуживания клиентов - online-банкинга и мобильного банкинга - является сегодня одной из самых широких сфер для внедрения инноваций.

Не секрет, что многим розничным потребителям эти новые технологии в большинстве случаев представляются слишком сложными и неудобными. Интерфейс мобильного устройства клиента часто перегружен и не позволяет осваивать новый канал интуитивно.

Банкам предстоит приложить еще массу усилий для того, чтобы популяризировать среди розничных клиентов данные каналы.

Существенную помощь в этом процессе могли бы оказать банковские отделения, предлагая посетителям ознакомиться и протестировать инновационные каналы ДБО. Банковские отделения все еще воспринимаются

клиентами как более защищенная и безопасная среда обслуживания, чем дистанционные каналы.

Получается, что, несмотря на большие инвестиции, направленные банками в развитие технологий ДБО, их клиенты попросту не имеют возможности узнать обо всех преимуществах новых продуктов и каналов обслуживания.

Опыт таких игроков мирового рынка банковской розницы, как ING Direct, First Direct, Metro Bank, Virgin Money, Tesco Bank и др., демонстрирует именно такой подход. В его рамках банк создает один базовый продукт (чаще всего таким базовым продуктом является платежная карта), а затем разрабатывает под него бизнес-процессы, выбирает канал продаж (отделение или другие каналы).

Затем к «базовому» продукту банк подключает продвижение и других «модульных» банковских продуктов: например, автокредитование, ипотечное кредитование, страховые продукты, партнерские программы и т.д.

Таким образом, продвижение нового продукта производится по уже отлаженным каналам инфраструктуры базового продукта. Индивидуальность решения для каждого клиента создается именно за счет набора «модульных» продуктов. Создание новых продуктов происходит по мере возникновения (или прогнозирования) потребностей клиентов.

Tesco Bank. Ярким примером подобного подхода к созданию новых продуктов для розничных клиентов является банк Tesco (Великобритания). Банк начинал свою деятельность в качестве подразделения крупнейшей британской розничной компании - сети супермаркетов Tesco, имеющей более 10 млн. участников программы лояльности и колоссальное доверие к бренду со стороны потребителей.

С начала 2010-х годов сеть Tesco начала активную экспансию в различные сегменты розничного бизнеса и сфер обслуживания, открывая сети автозаправок, мини-маркетов, продавая под своим брендом одежду,

телекоммуникации и многое другое. Не осталась без внимания и финансовая розница.

Tesco Bank хорошо представлен в Интернете. Создан специальный web-сайт Tesco Compare, на котором потребитель может сравнить предложения Tesco Bank с другими банками, что дает ему возможность убедиться в правильности своего выбора.

Tesco Bank предлагает 28 продуктов, часть из которых является наиболее выгодными на рынке. В их числе - кредит с самым длинным grace-периодом (13 месяцев). Сегодня каждая 10-я покупка в Великобритании оплачивается с помощью кредитной карты Tesco. Летом 2011 г. Tesco Bank запустил ипотечные продукты.

По сути, Tesco Bank - это не только и не столько финансовые продукты, сколько продолжение уже имеющихся отношений с клиентами, за которыми стоит имеющий высокую ценность бренд.

Предоставляемые банком финансовые сервисы в данном случае являются всего лишь инструментом для достижения жизненных целей клиентов или улучшения их благосостояния.

Такой подход выгодно отличает Tesco Bank от обычных банков, которые, наоборот, выдают финансовые услуги за отношения. Инновация Tesco Bank заключается прежде всего в использовании уже имеющейся лояльности клиентов сети супермаркетов для предоставления им еще одного вида продуктов - банковских.

Metro Bank. Metro Bank ставит своей целью изменить природу финансовых сервисов, создав «новый потребительский опыт», как это делают успешные розничные бренды.

Пример Metro Bank наглядно демонстрирует, каким образом инновации могут предоставить банковским клиентам и менеджерам широкие возможности для общения и решения финансовых вопросов, что, в свою очередь, оказывает положительное влияние на уровень продаж сложных, но

при этом наиболее прибыльных продуктов, требующих консультаций и планирования.

Новые банковские продукты просто «подключаются» к стандартной карте, но при этом клиент получает персонализированный подход менеджера и может приобрести лишь необходимые ему продукты (услуги).

«В конце концов, полюбите свой банк!», «Фанаты, а не потребители» - такими амбициозными слоганами оперирует банк. Metro Bank намерен создать и воспитать новый тип потребителей финансовых продуктов - точно так, как это делает Apple в сфере компьютеров, медиа и гаджетов.

До 2020 г. банк планирует открыть 200 отделений нового формата и рассчитывает вести конкурентоспособный розничный бизнес на очень консервативном и нединамичном британском рынке.

Конечно, для этого банк не только провозглашает смелые лозунги, но и стремится предоставить клиентам именно такое качество сервисов, которого не хватает на рынке. Однако сделать это на сложившемся за столетия финансовом рынке Великобритании - крайне сложная задача.

Поэтому Metro Bank стремится прежде всего разрушить сложившиеся стереотипы о бюрократичности и неповоротливости банков: «No stupid rules!».

Например, в Великобритании клиенты привыкли к тому, что банки не работают по выходным. На весь Лондон есть только три банковских отделения - у HSBC, Santander и Barclays - которые работают в субботу. В противоположность им Metro Bank работает 7 дней в неделю, персонал банка начинает рабочий день в 7.45 утра, чтобы в 8.00 открыть двери отделений для клиентов, и заканчивает работу в 20.00.

Metro Bank пытается развеять четыре мифа о банках, сложившихся на рынке Великобритании:

- банковские отделения со временем исчезнут;
- банки зарабатывают, сокращая свои расходы;
- клиенты выбирают банк за высокий рейтинг;

- клиенты не переходят на обслуживание в другой банк.

Разрабатывая новую рыночную стратегию, руководство Metro Bank пошло против устоявшегося мнения о том, что британцы меняют банк реже, чем разводятся.

В банке считают, что главными критериями при выборе кредитно-финансового института являются рекомендации существующих клиентов - лучших промоутеров.

Также руководство банка решило опровергнуть распространенное мнение о том, что такой канал продаж, как банковские отделения, вот-вот исчезнет, уступив место ДБО.

Бизнес-модель банка основана на сети розничных отделений, которые находятся в премиальных, очень дорогих локациях, что идет вразрез с трендом по сворачиванию сетей отделений. В Metro Bank решили, что только отделения, открытые в самых популярных у населения местах, смогут привлечь больше клиентов.

Банк использует самые современные IT-технологии, доступные на рынке. Сегодня IT-сфера в большинстве крупных банков нуждается в усовершенствовании.

Однако такие проекты чересчур дороги, и во времена сегодняшней рецессии большинство банков не может позволить себе подобных инвестиций, что отрицательно сказывается на качестве клиентского обслуживания.

На общем фоне постоянного снижения крупными банками расходов на IT и персонал Metro Bank выделяется довольно заметно. Клиент Metro Bank получает такое же качество обслуживания, как клиент Private Banking: персональный менеджер, который знаком с клиентом лично и способен решить любые вопросы из области банковского обслуживания, не переключая клиента на других специалистов.

При этом банк не проводит никакой сегментации клиентов - каждый потребитель уникален и имеет свою иерархию ценностей.

Одной из проблем для многих банков является то, что решение о выдаче кредита принимается не в конкретном отделении, а в головном офисе. Это влияет на скорость принятия решения и качество обслуживания. В Metro Bank клиент чувствует, что все решения принимает его персональный менеджер.

В течение 15 минут клиенту открывается счет и выпускается карта, и он уходит из отделения с полностью готовым к использованию продуктом. Несомненно, установить специальное оборудование для печати и персонализации карт прямо в отделении стоит дорого, но это - плата за создание нового потребительского опыта.

Call-центр банка работает круглосуточно, на звонки отвечает сотрудник банка, а не автоответчик. В каждом отделении оборудована зона самообслуживания. Все это создает у клиента ощущение доступности банка и его сервисов в любое время.

Online-банкинг. «Чистые» online-банки также испытывают кризис доверия со стороны клиентов. Часто клиенты выбирают банк, ориентируясь на его физическое присутствие, - тот, отделение которого можно посетить и поговорить с менеджером.

На фоне высокой рыночной конкуренции и недостаточного доверия со стороны потребителей последние выбирают банк, ориентируясь не только на выгодные условия, но и на более высокий уровень гарантий, в качестве которых может выступать наличие у банка сети традиционных отделений.

Для решения этой проблемы ING Direct в США и Канаде открывает отделения-кофейни. Таким образом, «виртуальный» формат офиса дополняется присутствием банковского бренда в физическом мире.

Банки-кофейни ING Direct не ориентированы на продажу банковских продуктов, но выполняют важную роль в выстраивании отношений с клиентами, привлечении новых категорий клиентов и повышении уровня доверия.

По аналогичному пути идут сегодня Virgin Money и другие online-банки, открывая отделения в виде «лаундж-зон» или магазинов. Важно понимать, что такой прием работает для определенного вида кредитных структур и не является рентабельным для обычных розничных банков.

Так, например, Abbey National инвестировал в открытие отделений-кофеен 300 млн. долл., прежде чем его руководство осознало, что клиенты не ждут бесплатного кофе от своего розничного банка и не готовы посещать отделения чаще.

Гаджеты на службе банков. С бурным развитием IT-технологий и снижением стоимости цифровых гаджетов банковская индустрия получила возможность испытать применение различных устройств для продвижения и продажи финансовых продуктов.

Интерактивные столы, планшетные компьютеры, электронные киоски и видеостены - это неполный перечень используемых для подобных целей устройств.

Так, например, кредитный союз Coast Capital (США) предполагал использовать iPad для продвижения продуктов в отделениях и консультирования клиентов. Флагманское отделение Barclays в центре Лондона предлагает клиентам и гостям туристическую и общественно важную информацию с помощью интерактивных киосков и видеостены.

Банки стремились представить свои продукты и услуги в более привлекательном виде, используя технологии, уже ставшие привычными для потребителя.

На практике оказалось, что клиентам также неинтересно смотреть рекламу банков с экранов компьютеров, как и по телевизору.

Таким образом, в пилотных концепциях устройства с функциями touch-скрин и планшетные компьютеры остались невостребованы клиентами, а попытка банков подменить общение с менеджерами различными гаджетами оказалась неудачной.

Лишь немногим банкам удалось привлечь внимание к своим интерактивным устройствам благодаря качественному контенту и востребованному функционалу.

Банки в Сети. Банки стремятся вести активную жизнь в online-пространстве, используя свои web-сайты, поисковые системы, социальные сети.

Происходящее в Сети почти невозможно контролировать, и риски, связанные с распространением негативного мнения, очень велики.

Так или иначе, банкам придется учиться завоевывать доверие интернет-аудитории. В свою очередь, Интернет может стать для банков хорошим источником идей и обратной связи с клиентом.

Commonwealth Bank (Австралия) создал специальный web-сайт IdeaBank, на котором предлагает обычным людям высказывать идеи о новых банковских продуктах и желаемых изменениях в банковской индустрии. Методом голосования и оценок экспертов будет выбран победитель, который за свои идеи получит 10 тыс. долл. В принципе, этот web-сайт представляет собой внешний департамент R&D.

Этим же путем пошли Danske Bank (Дания) и First Direct (Великобритания), которые также открыли online-лаборатории инноваций.

Что касается продажи финансовых услуг через Сеть, мало кто сомневается, что мобильный и интернет-банкинг потеснит в будущем другие каналы, но очевидно, что это не произойдет так быстро, как ранее предполагалось. Ни банки, ни их клиенты пока не готовы к этому.

Таким образом, сегодня наиболее успешные инновации, внедряемые банками, связаны с изменением подходов к обслуживанию клиента. Технологии и каналы продвижения услуг уходят на второй план, так как они решают лишь технические моменты, не подменяя персонального подхода к клиенту и доверия с его стороны. Развитие технологий несколько сместило фокус внимания экспертов от отделений в сторону альтернативных каналов

продаж. Однако банковские отделения до сих пор остаются главным каналом продаж финансовых продуктов, генерируя до 90% продаж.

Несомненно, банкам выгодно продавать стандартизированные продукты и пакеты услуг, минимизировать общение с клиентами, а также использовать ДБО. Однако, со своей стороны, клиенты выражают потребность в персонифицированном подходе и выборе только тех продуктов, которые им действительно необходимы. Поэтому банкам прежде всего необходимо внедрять те инновации, которые смогут организовать мост между этими двумя противоположными позициями и представить предложение банков в наиболее привлекательном для клиентов формате.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПАО СБЕРБАНК

2.1 Организационно-экономическая характеристика ПАО Сбербанк

Сбербанк сегодня - это основная система российской экономики, треть ее банковской системы. Банк дает работу и источник дохода каждой 150-й российской семье. На долю лидера российского банковского сектора по общему объему активов приходится 28,6% совокупных банковских активов, по состоянию на 1 января 2017.

Банк является основным кредитором российской экономики и занимает крупнейшую долю на рынке вкладов. На его долю приходится 44,9% вкладов населения, 37,7% кредитов физическим лицам и 32,7% кредитов юридическим лицам.

Сбербанк сегодня - это 14 территориальных банков и более 16,5 тысяч отделений в 83 субъектах Российской Федерации, расположенных на территории 11 часовых поясов. Зарубежная сеть Банка состоит из дочерних банков, филиалов и представительств в СНГ, Центральной и Восточной Европе, Турции, Великобритании, США и других странах.

Число розничных клиентов Сбербанка в России превышает 127 млн. человек и 10 млн. за ее пределами, количество корпоративных клиентов Группы более 1,1 млн. в 22 странах присутствия, по состоянию на 1 января 2017 г. Спектр услуг Сбербанка для розничных клиентов максимально широк: от традиционных депозитов и различных видов кредитования до банковских карт, денежных переводов, банковского страхования и брокерских услуг.

Все розничные кредиты в Сбербанке выдаются по технологии «Кредитная фабрика», созданной для эффективной оценки кредитных рисков и обеспечения высокого качества кредитного портфеля.

Стремясь сделать обслуживание более удобным, современным и технологичным, Сбербанк с каждым годом все более совершенствует возможности дистанционного управления счетами клиентов. В банке создана система удаленных каналов обслуживания, в которую входят:

- онлайн-банкинг «Сбербанк Онлайн» (более 30 млн. активных пользователей);
- мобильные приложения «Сбербанк Онлайн» для смартфонов (более 18 млн. активных пользователей);
- SMS-сервис «Мобильный банк» (более 30 млн. активных пользователей);
- одна из крупнейших в мире сетей банкоматов и терминалов самообслуживания (более 90 тыс. устройств)

Сбербанк является крупнейшим эмитентом дебетовых и кредитных карт. Совместный банк, созданный Сбербанком и BNP Paribas, занимается POS-кредитованием под брендом Cetelem, используя концепцию «ответственного кредитования».

Банк обслуживает все группы корпоративных клиентов, причем на долю малых и средних компаний приходится более 33% корпоративного кредитного портфеля банка. Оставшаяся часть - это кредитование крупных и крупнейших корпоративных клиентов.

Группа Сбербанк сегодня - это команда, в которую входят более 325 тыс. квалифицированных сотрудников, работающих над превращением банка в лучшую сервисную компанию с продуктами и услугами мирового уровня.

В 2016 году более 550 тыс. человек прошли обучение по корпоративным программам, включая совместные программы для руководителей с ведущими мировыми бизнес-школами.

Главным событием прошлого года в корпоративной жизни банка стало открытие нового комплекса Корпоративного университета, соответствующего самым современным стандартам ведущих бизнес-школ мира. Университет станет базой для обучения и развития молодых талантов,

менеджеров нового уровня, способных успешно справляться с глобальными вызовами новой реальности и обеспечить выполнение стратегической цели - стать одним из лидирующих и инновационных мировых финансовых институтов.

В 2016 году Сбербанк сделал качественный рывок в развитии ИТ на пути создания высокотехнологичной системы, которая станет залогом конкурентоспособности банка в условиях растущего проникновения цифровых технологий. Основными достижениями 2016 года стали рост доли операций корпоративных клиентов в удаленных каналах до 94%, выход на завершающую стадию проекта консолидации ИТ платформ, существенное повышение надежности и производительности ИТ систем, достижение лидирующих позиций в создании инновационных банковских продуктов.

Организационная структура ПАО Сбербанк представлена в приложении 1.

Общее собрание акционеров является высшим органом управления Банка, принимающим решения по основным вопросам его деятельности.

Наблюдательный совет осуществляет общее руководство деятельностью Банка, за исключением решения вопросов, отнесенных законодательством и Уставом Банка к компетенции Общего собрания акционеров.

Наблюдательный совет Банка возглавляет Председатель, который избирается из числа членов Наблюдательного совета на первом после избрания Общим собранием акционеров заседании совета. Председатель Наблюдательного совета не может быть одновременно Президентом, Председателем Правления Банка.

Состав Наблюдательного совета сбалансирован по навыкам, опыту и независимости, что позволяет членам совета эффективно исполнять свои функции.

При Наблюдательном совете созданы постоянно действующие Комитеты, которые являются консультативно-совещательными органами НС,

созданными для предварительного рассмотрения наиболее важных вопросов деятельности Банка.

Таким образом, структура управления ПАО Сбербанк является сложной и функциональной.

Далее рассмотрим численность персонала в ПАО Сбербанк на рисунке 2.1.

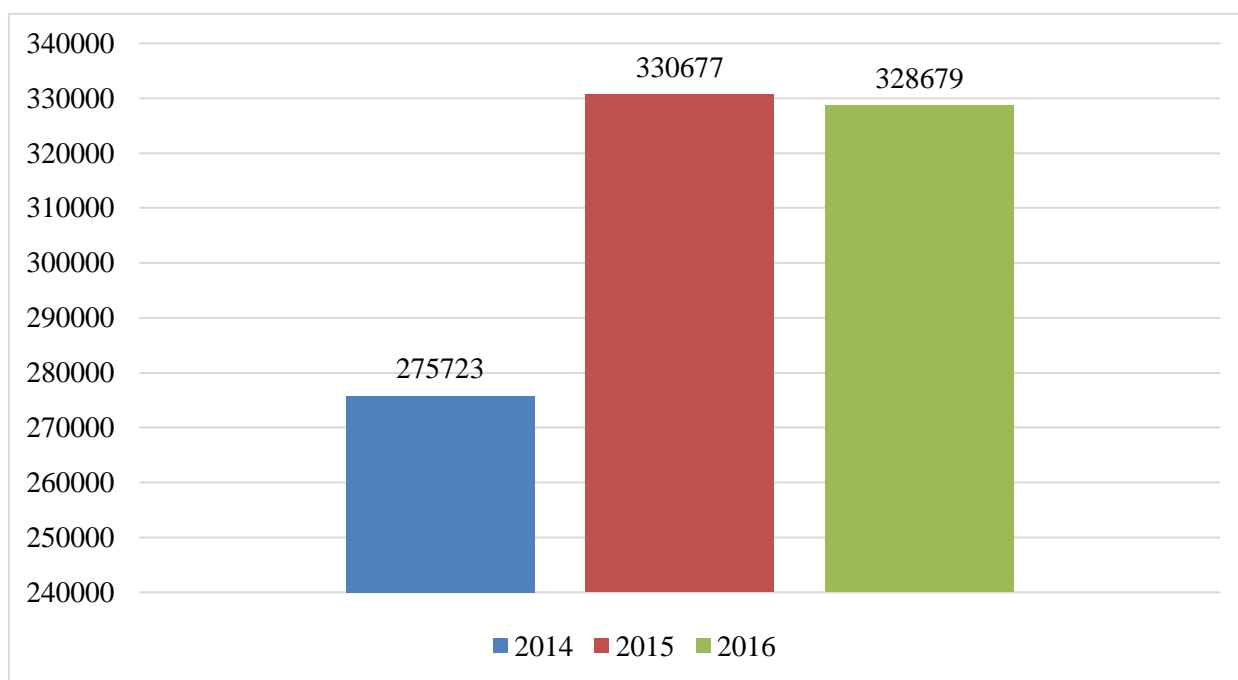


Рис. 2.1. Динамика численности персонала в ПАО Сбербанк за 2014-2016 г., чел.

Как видно из рисунка 2.1, численность персонала ПАО Сбербанк в 2016 году увеличилось на 52956 человек, по сравнению с 2014 годом.

Таким образом, ПАО Сбербанк является основным кредитором российской экономики и занимает крупнейшую долю на банковском рынке в России. Зарубежная сеть Банка состоит из дочерних банков, филиалов и представительств в СНГ, Центральной и Восточной Европе, Турции, Великобритании, США и других странах. Спектр услуг Сбербанка для розничных клиентов максимально широк: от традиционных депозитов и различных видов кредитования до банковских карт, денежных переводов, банковского страхования и брокерских услуг.

В 2016 году в Сбербанке работало 328679 человек, т.е. численность персонала в 2016 году увеличилось на 52956 человек, по сравнению с 2014 годом.

2.2 Анализ показателей финансово-экономической деятельности ПАО Сбербанк

Используя, данные отчета о финансовых результатах и бухгалтерского баланса проведем анализ финансовых показателей ПАО Сбербанк.

Таблица 2.1

Горизонтальный анализ финансовых результатов ПАО Сбербанк за 2014-2016 г., млн. руб.

Показатели	Сумма			Абсолютное отклонение, +/-	
	2014 год	2015 год	2016 год	2015/2014	2016/2015
Процентные доходы	1661815,3	1990795,7	2079766,06	328980	88970,4
Процентные расходы	702161,4	1132363,1	878207,07	430202	-254156
Чистые процентные доходы	959723,83	858432,6	1201558,99	-101291	343126
Операционные расходы	598666,2	650830,5	764715,9	52164,3	113885
Прибыль (убыток) до налогообложения	429206,3	306899,9	647894,7	-122306	340995
Прибыль (убыток) за отчетный период	311212,9	218387,3	498289,4	-92825,6	279902

Итак, по данным таблицы видим, что в 2016 году процентные доходы увеличились на 88970,4 млн. руб. по сравнению с 2015 годом. Процентные расходы сократились на 254156 млн. руб. в 2016 году. Чистые процентные доходы в 2016 году увеличились на 343126 млн. руб. Операционные расходы в 2016 году увеличились на 113885 млн. руб. Прибыль до налогообложения увеличилась на 340995 млн. руб.

Прибыль за отчетный период увеличился на 279902 млн. руб.

Динамика показателей прибыли ПАО Сбербанк за 2014-2016 годы

представлена на рисунке 2.2.



Рис. 2.2. Динамика показателей прибыли ПАО Сбербанк за 2014-2016 г., млн. руб.

Актуальность и значимость анализа показателей бухгалтерского баланса компании определяется тем, что для правильного руководства и контроля, за деятельностью компании, необходимо располагать точной, объективной и своевременной информацией, на базе которой раскрывается финансово-хозяйственная деятельность экономического субъекта. Таким источником информации является бухгалтерский баланс.

Рассмотрим состав и структуру актива баланса ПАО Сбербанк за последние 3 года, представлена в таблице 2.2.

Структура актива баланса ПАО Сбербанк за 2014-2016 г., млн. руб.

Показатели	2014 год		2015 год		2016 год	
	сумма, млн. руб.	в % к итогу	сумма, млн. руб.	в % к итогу	сумма, млн. руб.	в % к итогу
Денежные средства	1240712,4	5,7	732789,7	3,23	614848,9	2,83
Средства кредитных организаций в Центральном банке Российской Федерации	369675,7	1,7	586685,3	2,58	967161,8	4,45
Средства в кредитных организациях	356487,3	1,64	355984,9	1,57	347942,7	1,6
Финансовые активы, оцениваемые по справедливой стоимости через прибыль или убыток	825688,1	3,4	405977,8	1,79	141343,2	0,65
Чистая ссудная задолженность	15889379,3	73,1	16869803,4	74,3	16221622,1	74,68
Чистые вложения в ценные бумаги и другие финансовые активы, имеющиеся в наличии для продажи	1745489,8	8,03	2316356,7	10,2	2269613	10,45
Чистые вложения в ценные бумаги, удерживаемые до погашения	366474,1	1,69	436472,3	1,92	455961,1	2,1
Требование по текущему налогу на прибыль	67857,7	0,31	19734,2	0,09	8124,3	0,04
Отложенный налоговый актив	0	0	0	0	0	0
Основные средства, нематериальные активы и материальные запасы	478611,7	2,2	473354,9	2,08	469120,6	2,16
Долгосрочные активы, предназначенные для продажи	-	-	9880,7	0,04	8076,8	0,04
Прочие активы	407183,7	1,87	505716,4	2,23	217263,5	1
Всего активов	21746760,1	100	22705916	100	21721078,4	100

По данным таблицы 2.2 видим, что наибольший удельный вес в активах 2016 года занимает чистая ссудная задолженность. В 2016 году денежные средства сократились на 625863,5 млн. руб., по сравнению с 2014

годом. Основные средства, нематериальные активы и материальные запасы в 2016 году сократились на 9491,1 млн. руб. Прочие активы в 2016 году сократились на 189920,2 млн. руб. Всего активов сократилось в 2016 году на 25681,7 млн. руб., по сравнению с 2014 годом.

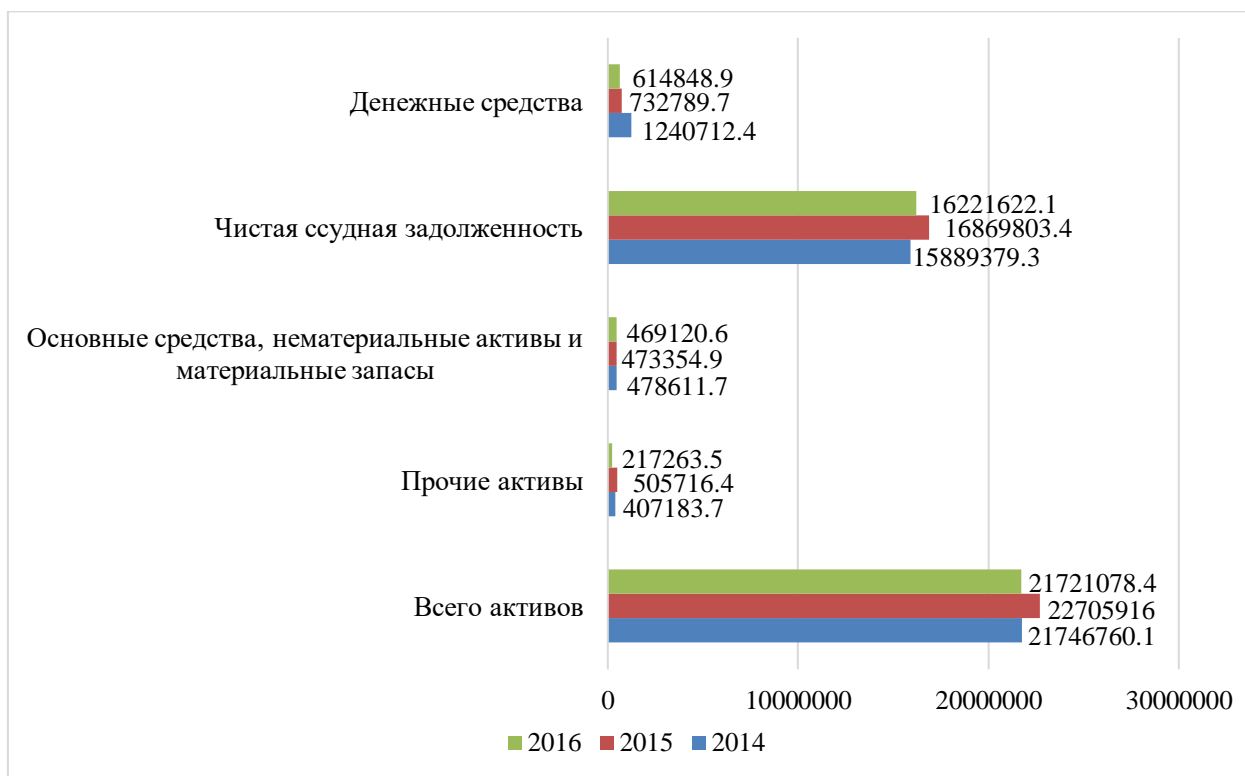


Рис. 2.3. Динамика активов баланса ПАО Сбербанк за 2014-2016 годы, млн. руб.

Рассмотрим состав и структуру пассива баланса ПАО Сбербанк за последние 3 года, представлена в таблице 2.3.

Структура пассива баланса ПАО Сбербанк за 2014-2016 г., млн. руб.

Показатели	2014 год		2015 год		2016 год	
	сумма, млн. руб.	в % к итогу	сумма, млн. руб.	в % к итогу	сумма, млн. руб.	в % к итогу
Кредиты, депозиты и прочие средства ЦБ РФ	3515817,9	17,79	768989,2	3,77	581160,3	3,08
Средства кредитных организаций	794856,3	4,02	618363,8	3,03	364499,5	1,93
Средства клиентов, не являющихся организациями	14026723,5	70,97	17722423,4	86,97	16881988,9	89,36
Финансовые обязательства, оцениваемые по справедливой стоимости через прибыль или убыток	617944,4	3,13	228167,4	1,12	107586,9	0,57
Выпущенные долговые обязательства	513402,4	2,6	647694,3	3,18	610931,8	3,23
Обязательство по текущему налогу на прибыль	2170	0,01	5404,3	0,03	5771,6	0,03
Отложенное налоговое обязательство	42891,1	0,22	93348,4	0,46	17878,3	0,09
Прочие обязательства	216252,9	1,09	256565,9	1,26	280194,3	1,48
Резервы на возможные потери по условным обязательствам кредитного характера, прочим возможным потерям и операциям с резидентами офшорных зон	36530,5	0,19	37805,3	0,19	42145,6	0,22
Всего обязательств	19764421,6	100	20378763,4	100	18892157,5	100

В пассивах большую часть занимают средства клиентов, не являющихся организациями - более % от всех пассивов.

Кредиты, депозиты и прочие средства ЦБ РФ в 2016 году сократились на 2934657,6 млн. руб., по сравнению с 2014 годом. Средства кредитных организаций в 2016 году сократились на 430356,8 млн. руб. Средства клиентов, не являющихся организациями, нарушают сложившуюся тенденцию и в 2016 году возросли на 2855265,4 млн. руб. Всего обязательств сократилось на 872264,1 млн. руб.

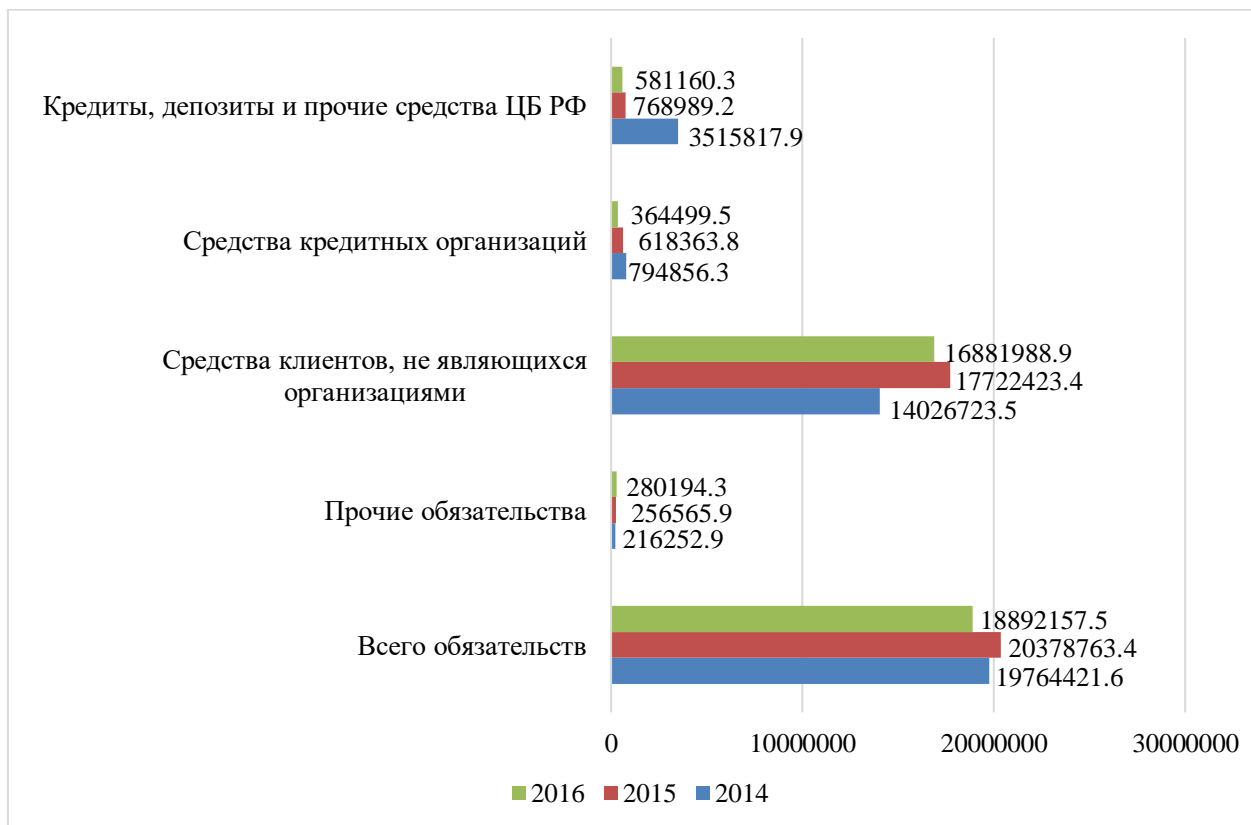


Рис. 2.4. Динамика пассивов баланса ПАО Сбербанк за 2014-2016 годы, млн. руб.

В целом, финансовые показатели и показатели баланса имеют тенденцию к снижению.

Далее проведем анализ динамики показателей финансовой устойчивости ПАО Сбербанк за 2014-2016 гг и представим их в таблице 2.4..

Динамика показателей финансовой устойчивости ПАО Сбербанк за
2014-2016 годы

Наименование показателя	2014 год	2015 год	2016 год	Изменения		Рекоменд уемое значение
				2015/ 2014	2016/ 2015	
Коэффициент соотношения заемного и собственного капитала	2,67	2,56	2,88	-0,11	0,32	≤ 1
Коэффициент долга	0,4	0,41	0,402	0,01	-0,008	$0,4 \div 0,6$
Коэффициент финансовой независимости (автономии)	0,89	0,88	0,91	-0,01	0,03	$\geq 0,5$
Коэффициент финансовой устойчивости	1,23	1,42	1,43	0,19	0,01	$\geq 0,8$
Коэффициент маневренности собственного капитала	0,2	0,5	0,3	0,3	-0,2	$0,2 \div 0,5$
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	0,12	0,2	0,21	0,08	0,01	$\geq 0,1$

Рассмотрев таблицу 2.4 стоит отметить, что пять из шести коэффициентов находятся в рамках рекомендуемых значений, следовательно, динамика показателей финансовой устойчивости ПАО Сбербанк за 2014-2016 годы показала, что в целом банк имеет финансовую устойчивость и риск банкротства ему не грозит.

Рассмотрим динамику показателей финансовой устойчивости ПАО Сбербанк за 3 года, представленную на рисунке 2.4.

Из шести рассчитанных коэффициентов финансовой устойчивости за период 2014-2016 г. лишь коэффициент соотношения заемного и собственного капитала показал отклонение от рекомендуемого значения.

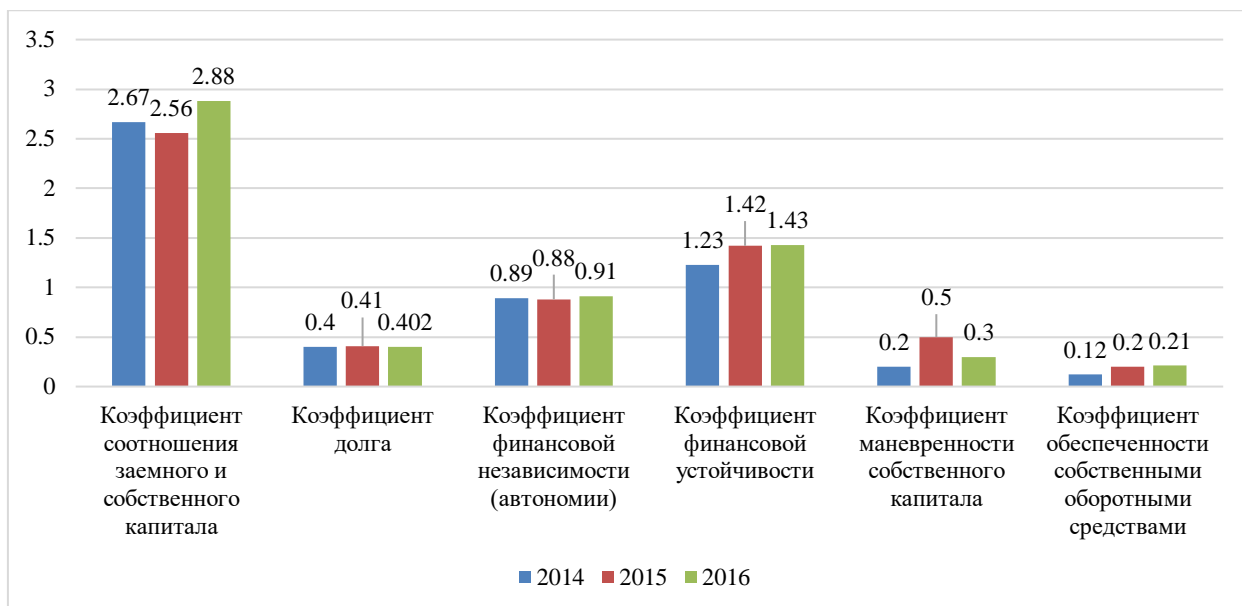


Рис. 2.5. Динамика показателей финансовой устойчивости ПАО Сбербанк за 2014-2016 гг.

Коэффициент долга, коэффициент финансовой независимости (автономии) за период 2014-2016 г. практически не изменяли номинальное значение.

Коэффициент финансовой устойчивости, коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами отметились незначительным ростом номинального значения.

Коэффициент маневренности собственного капитала имеет тенденцию к снижению, но находится в рамках рекомендуемого значения.

2.3 Оценка эффективности использования инновационных технологий в ПАО Сбербанк

Основная миссия внедрения инноваций в Сбербанке состоит в увеличении доходов банка, повышении престижа, статуса и достижении бизнес показателей, поэтому ПАО Сбербанк уделяет колоссальное внимание инновационным разработкам, и объем финансовых вливаний в данное направление растет большими темпами.

Инновационные разработки нашли своё отражение как в развитии розничного бизнеса Сбербанка, так и в секторе обслуживания физических лиц.

Данная тенденция прослеживается в переходе от предложения клиентам единичных банковских услуг и продуктов к формированию единой комплексной модели взаимодействия с клиентами, что позволяет удовлетворить сразу несколько потребностей населения в сфере банковских услуг. [5]

ПАО Сбербанк - это самый крупный банк в России и один из крупнейших мире. Сбербанк занимает первое место среди остальных банков страны, как по капитализации, так и по надежности.

Инновационные технологии обслуживания вывели Сбербанк на европейский уровень обслуживания и сервиса. Помимо этого, следует отметить, что Сбербанк реализует новую стратегию - быть «ближе» к людям, стараясь верно и вовремя отслеживать не только существующие на данный момент потребности населения, но и стремиться предугадывать направления этих потребностей.

Важной задачей Сбербанка является продажа востребованных продуктов, как в ближайшем, так и далеком будущем, тем самым занимая лидирующее место в банковском секторе.

В 2015 году Банк внедрил инновационные онлайн-сервисы, облегчающие ведение бизнеса клиентов: регистрацию бизнеса, сдачу отчетности в Федеральную налоговую службу и другие органы в электронном виде через системы Сбербанка, резервирование расчетного счета.

Компания вывела на рынок ряд продуктовых инноваций для VIP-клиентов - Инвестиционный продукт с аннуитетами и продукт по международному медицинскому страхованию.

Кроме того, в Компании в отчетном году был сделан особый фокус на качество клиентского сервиса, результатом чего стала победа в номинации

«Лучший контакт-центр» на страховом рынке, включая компании life и non-life. Банк России включил СК «Сбербанк страхование жизни» в список системно значимых страховых организаций.

Рассмотрим структуру инновационных продуктов - ДБО ПАО Сбербанк на рис.2.6.

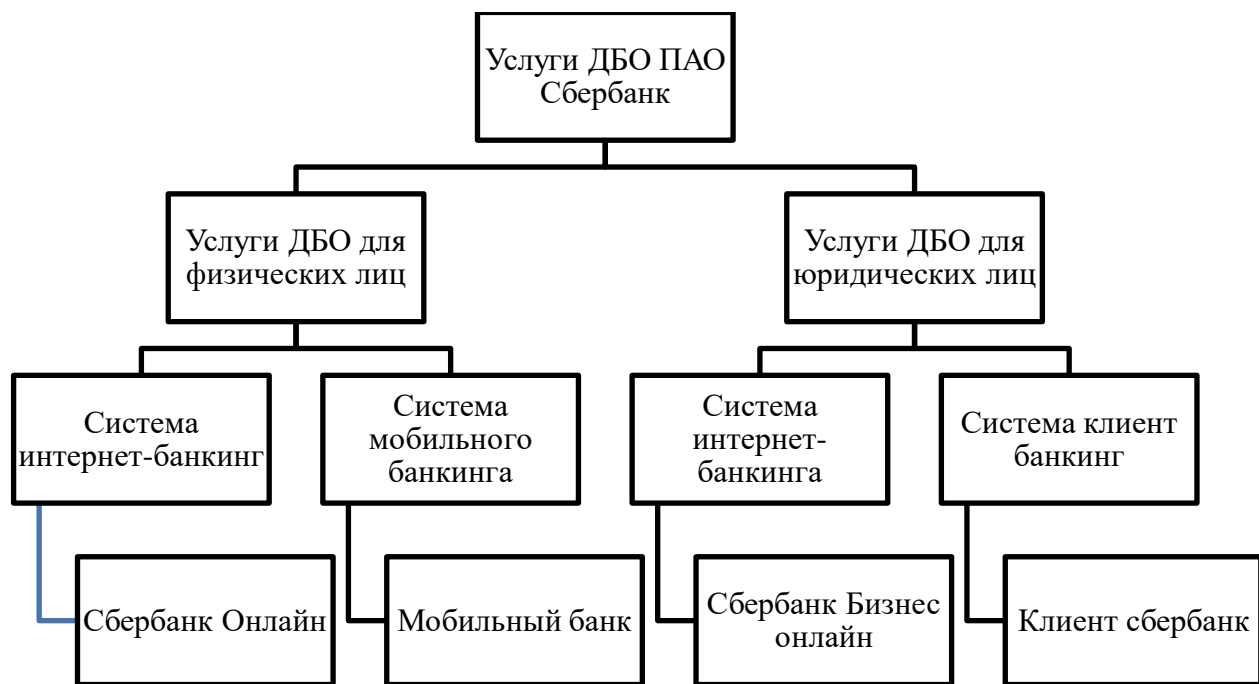


Рис. 2.6. Структура услуг ДБО ПАО Сбербанк

Таким образом, можно сделать вывод, что система дистанционного банковского обслуживания в ПАО Сбербанк является динамически развивающейся услугой. ДБО охватывает как юридических, так и физических лиц с помощью различных инструментов и форм. Целью проводимой политики ПАО Сбербанк в области дистанционного банковского обслуживания является проведение к 2018 г. 30 % услуг и продуктов банка для населения через удаленные каналы обслуживания.

Одной из последних инновационных разработок Сбербанка стала мобильная версия Сбербанка - Сбербанк-Онлайн Приложение для Android и IOS-устройств, позволяющая потребителям пользоваться всеми возможностями и сервисами, представленными на официальном сайте банка с мобильных устройств.

Данная опция позволяет клиентам следить за своими расходами и пополнениями в режиме онлайн и экономить время, а Сбербанк может отслеживать приход и расход финансов своих клиентов, тем самым определяя материальное состояние своих клиентов. Зарегистрированный клиент может совершать покупки в интернет - магазинах, оплачивать штрафы, услуги ЖКХ, расплачиваться на заправках и многое другое.

Держатели карт от Сбербанка могут пользоваться услугами банка не выходя из своего дома. Дистанционный сервис обладает большими возможностями, с его помощью клиент получает доступ к своему счету круглосуточно, для этого ему понадобится только компьютер или ноутбук с выходом в интернет.

Если говорить о защите ресурса, то она имеет довольно высокий уровень, при том условии, что клиент будет соблюдать элементарные правила безопасности. В первую очередь, нельзя передавать персональные данные третьим лицам, в том числе номер карты, логин и пароль от своего профиля. Одноразовые пароли нельзя передавать даже сотрудникам банка.

После того как клиент открыл свой аккаунт, то открывается его главная страница своего профиля, здесь отображаются все его счета, в том числе кредиты и вклады. Соответственно здесь он может проверить текущий баланс на картах, а также проверить отчет по последним транзакциям.

Напротив каждого счета есть кнопка «Операции», если ее открыть, то можно:

- пополнить свой счет;
- отправить перевод на свой другой счет;
- перевести деньги другому клиенту;
- заблокировать карту;
- открыть копилку.

Благодаря данному меню клиент может, соответственно, с выбранного счета перевести деньги на свой счет или другому клиенту банка.

Таким образом, данное приложение полностью заменяет поход в банк.

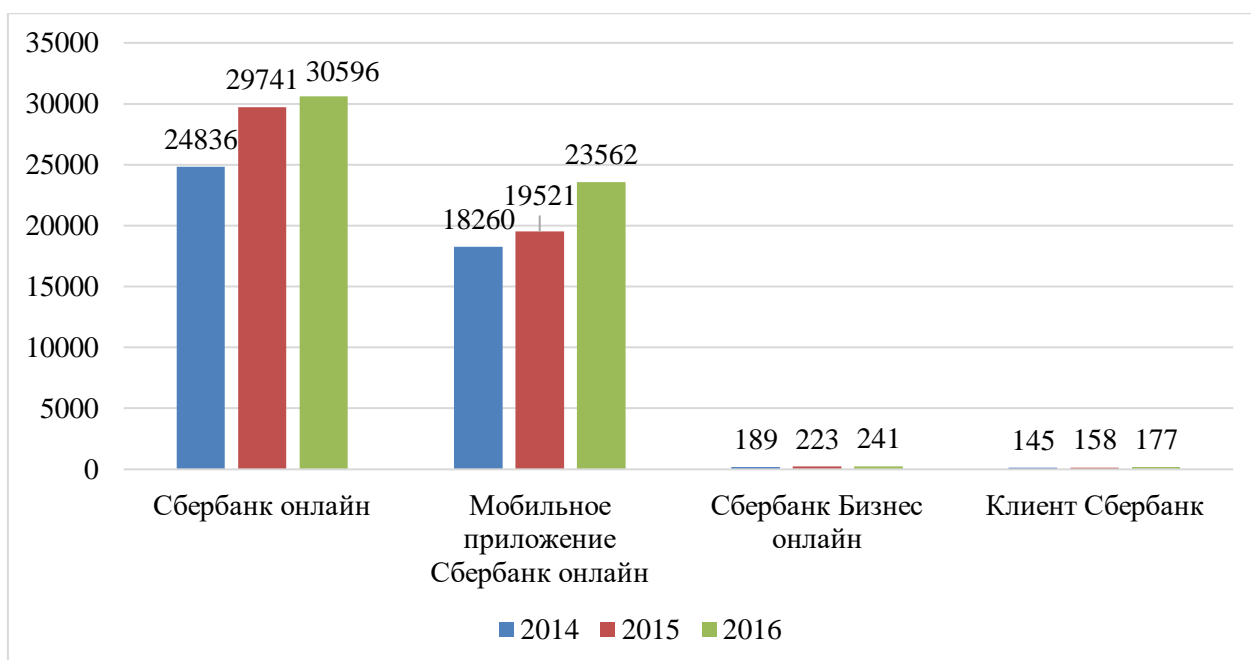


Рис. 2.7. Количество пользователей ДБО ПАО Сбербанк за 2014-2016 г., тыс. чел.

Таким образом, большинство пользователей пользуются сбербанк-онлайн и мобильным приложением Сбербанк-онлайн. Так в 2016 году количество пользователей сбербанк-онлайн выросло на 5760 тыс. чел. По сравнению с 2014 годом. Число пользователей мобильного приложения сбербанк-онлайн выросло на 5302 тыс. чел. В 2016 году по сравнению с 2014 годом. Число пользователей сбербанк бизнес-онлайн увеличилось на 52 тыс. чел., а клиент-сбербанк - на 32 тыс. чел.

Сбербанк ведет системную работу по развитию удаленного обслуживания клиентов, поставив себе задачу сделать основные сервисы мобильными и дистанционными. К услуге Сбербанк Бизнес Онлайн подключено около 1,3 млн клиентов, мобильную версию скачали более 427 тыс. пользователей. К концу 2015 года 98% платежей совершались через Сбербанк Бизнес Онлайн или его мобильное приложение.

Через Сбербанк проходит 31% всех платежей РФ. В 2015 году Банк приступил к реализации расчетного сервиса для клиентов в режиме 24x7. К концу года клиенты, осуществляющие расчеты в электронном виде, внутри

Банка имели возможность рассчитываться с контрагентами в режиме 17x7, т.е. текущим днем с 6.00 до 23.00, включая выходные и праздничные дни. В планах - массовое подключение клиентов к этой услуге и увеличение времени доступности сервиса до 20x7.

В 2016 году Сбербанк ввел в действие новую услугу - размещение денежных средств на публичных условиях, доступных для пользователей удаленных каналов обслуживания - продуктов «Онлайн». Клиенты могут разместить денежные средства в депозит и в виде неснижаемого остатка на расчетном счете на публичных условиях.

Сделки заключаются без посещения клиентом офиса Банка. По указанным продуктам действует система лояльности, по которой клиенты, размещающие денежные средства в депозит или на неснижаемый остаток повторно, получают процентный доход, дополнительно увеличенный на 5-10 п.п. относительно ставок «Онлайн». Функционал сервиса расширяется. Сегодня удаленно можно досрочно отозвать депозит, сформировать поручение на его пополнение, пролонгировать договор, получать СМС и e-mail уведомление о событиях по договору.

Сбербанк запустил систему дистанционного банковского обслуживания для финансовых институтов Sberbank FinLine - сервис по управлению счетами и расчетными документами в онлайн-режиме с поддержкой форматов SWIFT.

Созданная на основании запросов и пожеланий самих клиентов модель работы с новыми корпоративными клиентами позволила сделать первые 100 дней сотрудничества с Банком максимально прозрачными и комфортными для клиента. Принципиально новыми этапами стали процедура обязательного знакомства с руководителем ВСП и обучения клиентов онлайн-сервисам. Полное соответствие предложенной модели пожеланиям клиентов свело к минимуму отток новых клиентов.

Создание клиентско-продуктовых команд в работе со средним и крупным бизнесом позволяет и новым, и действующим клиентам получать

комплекс банковских услуг с выделением специалистов. Объединение сотрудников на базе общих целей позволяет заменить конкурентное взаимодействие специалистов Банка на слаженное движение к максимальному удовлетворению потребностей клиента. Формирование команды для постоянной группы клиентов, а не отдельной сделки, обеспечивает клиентам максимально высокий уровень сервиса.

Сбербанк создает линейку продуктов для легкого доступа клиентов к тому виду заемных средств и инструментов, который им наиболее подходит. Запускается онлайн-кредитование, когда клиент сможет без визита в банк запросить и получить кредит. Внедрены услуги электронной гарантии и электронного факторинга.

Для компаний среднего, крупного и крупнейшего бизнеса предлагается инструмент кэш-менеджмента, который по сути является рабочим местом казначея. С помощью него клиент может управлять своими денежными потоками, контролировать дочерние компании и филиалы, обеспечивать текущую ликвидность компаний холдингового типа.

Банк работает над тем, чтобы бизнес самих клиентов стал эффективнее. В частности, разработана услуга «Сбербанк аналитика», пользуясь которой клиент практически может отказаться от финансового директора. В удобном интерфейсе клиент сможет анализировать и контролировать свою деятельность: доходы и расходы, контрагентов, кассовые разрывы и многое другое.

Реализована возможность выбора наиболее удобного для корпоративного клиента канала получения консультаций, что особенно важно в момент пиковых нагрузок на телефонной линии. Активно используются новые каналы коммуникаций с клиентами: сервис обратной связи на сайте Банка и заказ обратного звонка, онлайн-чат в интернет-банкинге. На ежегодной конференции FocusForum газеты «Ведомости» Сбербанк получил специальный приз «За клиентоориентированность» в проекте по сопровождению корпоративных клиентов в Контактном центре.

Сбербанк победил также в номинации «Проект года по организации технической поддержки корпоративных клиентов» на церемонии CNews Awards.

При помощи Модели развития клиентов малого и микробизнеса, основывающейся на математических моделях и позволяющей значительно повысить качество адресных предложений клиентам, Банк рассчитал потенциал каждой точки продаж, что было использовано в процессе бизнес-планирования на 2016 год.

Взаимодействие с госорганами - один из ключевых процессов для российского предпринимателя. Сбербанк создал продукты, которые упрощают этот процесс и помогают предпринимателю правильно выстроить механизмы взаимодействия в рамках российского законодательства. У клиентов Сбербанка есть возможность в режиме онлайн сдавать отчетность в Федеральную налоговую службу и другие контролирующие органы, удобно и вовремя платить налоги. Ведется работа по интеграции интернет банкинга Сбербанка с кабинетом налогоплательщика на сайте Федеральной налоговой службы. Кроме того, клиенты могут узнавать в приложении о различных государственных программах по поддержке бизнеса.

Важным элементом инновационных внедрений в систему Сбербанка является применение зарубежного опыта. В частности, маркетологи банка используют современную технологию отслеживания невербальных способов коммуникаций для оценки невербальной реакции клиентов.

Данное новшество состоит в оборудовании зала приема клиентов сетью видеокамер, датчиков и микрофонов, позволяющих оценивать реакцию клиентов на новые продукты, проверять профессионализм коммуникации менеджеров и соответствие нормам обслуживания.

При помощи данного оборудования можно получить очень ценную информацию о реакции потребителя на новые продукты, и сделать анализ его необходимости и востребованности. [5]

Однако, существует большое количество инновационных клиентоориентированных технологий, еще не развитых в ПАО Сбербанк. Их внедрение позволит увеличить доходы банка, привлечь новых клиентов и повысить статус банка.

Сбербанк России, являясь банком общенационального масштаба, должен стать эталоном банковской системы страны. На данный момент Сбербанк России находится на такой ступени развития, когда в его руках находятся факторы роста и развития своей системы - квалифицированная рабочая сила, финансовые ресурсы, лояльность, надежность инфраструктура банка. Инновационные решения позволяют банку создавать барьеры на пути конкурентов, сохранять свою «зону прибыли» и быть банком №1.

Также инновации становятся все более важным источником конкурентоспособности и процветания. В России инновации в сфере кредитования стали важным фактором экономического развития. Потенциал для инновационной активности огромен: он состоит в развитии и диверсификации кредитных продуктов, применении зарубежного опыта в развитии новых инновационных секторов кредитования, развитии инфраструктуры и социальных проектов.

2.4 Проблемы использования банковских инновационных технологий и их пути совершенствования

Основные проблемы реализации инновационных технологий в ПАО Сбербанк.

1. Отсутствие средств или большой объем затрат средств на реализацию

Руководство ПАО Сбербанк занято текущими делами и внедрять новшества, не спешат.

2. Низкая эффективность профессиональных навыков по современному маркетингу.

Обычно изобретатели инноваций имеют высокую профессиональную подготовку в очень узкой области знаний, но в ПАО Сбербанк работают только маркетологи, и зачастую они не конкурируют с зарубежными маркетологами, из-за низкого профессионализма.

3. Отсутствие профессиональной команды.

Такая команда может быть сформирована в процессе реализации проекта, при наличии необходимых средств.

Роль Сбербанка может состоять в организации своего «внедренческого центра», в котором будут сосредоточены все необходимые инструменты для реализации инновационного проекта: финансирование, маркетинг, техническая экспертиза, и т.д.

Все работы над принятым проектом должен финансировать Сбербанк РФ на свои средства. Для научно-технической экспертизы может привлекаться РАН РФ на средства Сбербанка, для маркетингового обеспечения привлекаются ведущие фирмы в этой области на средства Сбербанка, для изготовления макетов, опытных образцов и организации серийного производства привлекаются профильные промышленные предприятия на средства Сбербанка РФ.

4. Не совершенна технология мобильного банка и Сбербанк-онлайн.

В связи с этим возможны несколько вариантов новых услуг/сервисов для реализации филиалами ПАО Сбербанк:

1) Внедрение IT-систем, позволяющих клиенту Сбербанка пользоваться услугами банка в любом из отделений и дополнительных офисов по всей стране и за рубежом.

В частности, взяв потребительский кредит в одном регионе страны, можно проводить операции по его ведению в любом другом регионе, как это отработано в иностранных банках. При этом необходимые для этого

операции должны осуществляться автоматически и быть прозрачными для клиента.

2) Касаясь вопроса формирования максимальных удобств для клиента, Сбербанку следует провести изменение процессов и технологий кредитования.

Эти изменения должны касаться повышения скорости выдачи кредитов, упрощения самой процедуры и снижения рисков для банка, но и предоставления возможности подать заявку на кредит без непосредственной явки клиента в филиал.

Например, реализовать данные сервисы можно посредством Сбербанк Онлайн.

Если клиент является участником зарплатного проекта, то вся необходимая информация о нем, о его доходах и его поручителях, являющихся клиентами банка, формируется мгновенно, интеллектуально - аналитическим способом из баз данных банка и входящей информации от организаций - партнеров банка.

Если клиент находится на своем рабочем месте, дома или даже проводит свой отдых за границей, он сможет подать заявку через Сбербанк Онлайн, смысл которой заключается в необходимости взять определенный вид кредита.

Далее он получает индивидуальное одобренное предложение от банка с максимально возможным выгодным предложением, суммой и условиями кредита и оперативно может распорядиться полученными кредитными ресурсами. В случае возникновения необходимости в on-line консультации с менеджером банка клиент сможет сделать видео-вызов и задать ряд вопросов.

3) Одновременно с предложением кредита возможно формирование рекомендаций для клиента в части получения комплекса иных привлекательных услуг, учитывающих предпочтения клиента на основе истории его кредитной активности.

4) Следующим этапом развития банковского сервиса является возможность учитывать географическое местонахождение клиента, предлагая ему адаптированные под его регион сервисы, продукты, и подсказки в части банковского и другого обслуживания.

Время не стоит на месте, и технологический прогресс внедряется во все сферы жизни и банковская сфера не стала исключением. Самая крупная российская кредитная организация объявила о том, что в скором будущем клиенты банка и владельцы пластиковых карт смогут навсегда с ними попрощаться.

Сбербанку можно внедрить две совершенно инновационные технологии, чья суть заключается в распознавании клиента по внешности и голосу.

Так как клиенты часто обращаются с жалобами на неудобства в обслуживании. На сегодняшний день для получения полного перечня услуг, клиент обязан обратиться в отделение где оформлялась карта. В ПАО «Сбербанк» уже есть возможности для создания единой системы и перехода на новый уровень обслуживания.

На данном этапе изучается полный перечень решений по безопасности. Такие методы, как voice recognition (идентификация по голосу) и image recognition (идентификация по внешности) способны идентифицировать клиента с точностью 99,9%.

Это не просто удобство, но и высокая степень защиты от мошенничества, что на сегодняшний день немаловажно. Отпадает необходимость куда-то ездить, носить с собой документы. Для идентификации будет достаточно голоса, причем техника способна отличать, когда человека принуждают.

В такой программе должен быть заложен механизм определения мошеннических действий, таких как изменение голоса и подсовывание чужой фотографии. Представители организации уверены в постепенном

исчезновении пластиковых карт, поскольку подобрать пароли гораздо легче, нежели голос и внешность.

Таким образом, решить данные проблемы можно по средством создания инновационного отдела, внедрение IT-систем, позволяющих клиенту Сбербанка пользоваться услугами банка в любом из отделений и дополнительных офисов по всей стране и за рубежом, касаясь вопроса формирования максимальных удобств для клиента, Сбербанку следует провести изменение процессов и технологий кредитования, одновременно с предложением кредита возможно формирование рекомендаций для клиента в части получения комплекса иных привлекательных услуг, учитывающих предпочтения клиента на основе истории его кредитной активности; следующим этапом развития банковского сервиса является возможность учитывать географическое местонахождение клиента, предлагая ему адаптированные под его регион сервисы, продукты, и подсказки в части банковского и другого обслуживания; Сбербанку можно внедрить две совершенно инновационные технологии, чья суть заключается в распознавании клиента по внешности и голосу.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Итак, под инновацией в банковской сфере понимают создание новых банковских продуктов, а также совершенствование уже существующих банковских продуктов с использованием современных информационных технологий, использование в банках современного технологического оборудования в целях повышения эффективности и конкурентоспособности оказываемых услуг, изменение технологии обслуживания клиентов банка.

Инноваций в банковской сфере подразделяются на: продуктовые инновации; технологические (процессные) инновации; рыночные инновации; маркетинговые инновации; управленческие инновации.

Инновационные технологии сформировали концепцию банка будущего, который в своей деятельности применяет технологии, дающие стратегический эффект, состоящий в приросте количества клиентов, сокращения расходов на проведение банковских операций при оптимальном уровне риска и позволит реализовать свои конкурентные преимущества не только в краткосрочной перспективе, но и занять лидирующие позиции в мировом финансовом сообществе.

Сегодня наиболее успешные инновации, внедряемые банками, связаны с изменением подходов к обслуживанию клиента. Технологии и каналы продвижения услуг уходят на второй план, так как они решают лишь технические моменты, не подменяя персонального подхода к клиенту и доверия с его стороны.

Развитие технологий несколько сместило фокус внимания экспертов от отделений в сторону альтернативных каналов продаж. Однако банковские отделения до сих пор остаются главным каналом продаж финансовых продуктов, генерируя до 90% продаж.

Несомненно, банкам выгодно продавать стандартизированные продукты и пакеты услуг, минимизировать общение с клиентами, а также использовать ДБО. Однако, со своей стороны, клиенты выражают

потребность в персонифицированном подходе и выборе только тех продуктов, которые им действительно необходимы. Поэтому банкам прежде всего необходимо внедрять те инновации, которые смогут организовать мост между этими двумя противоположными позициями и представить предложение банков в наиболее привлекательном для клиентов формате.

ПАО Сбербанк является основным кредитором российской экономики и занимает крупнейшую долю на банковском рынке в России. Зарубежная сеть Банка состоит из дочерних банков, филиалов и представительств в СНГ, Центральной и Восточной Европе, Турции, Великобритании, США и других странах. Спектр услуг Сбербанка для розничных клиентов максимально широк: от традиционных депозитов и различных видов кредитования до банковских карт, денежных переводов, банковского страхования и брокерских услуг. В 2016 году в Сбербанке работало 328679 человек, т.е. численность персонала в 2016 году увеличилось на 52956 человек, по сравнению с 2014 годом.

По данным отчета о финансовых результатах был проведен анализ финансовых результатов ПАО Сбербанк, в ходе которого было установлено, что в 2016 году процентные доходы увеличились на 88970,4 млн. руб. по сравнению с 2015 годом. Процентные расходы сократились на 254156 млн. руб. в 2016 году. Чистые процентные доходы в 2016 году увеличились на 343126 млн. руб. Операционные расходы в 2016 году увеличились на 113885 млн. руб. Прибыль до налогообложения увеличилась на 340995 млн. руб. Прибыль за отчетный период увеличился на 279902 млн. руб.

По данным бухгалтерского баланса было установлено, что наибольший удельный вес в активах 2016 года занимает чистая ссудная задолженность. В 2016 году денежные средства сократились на 625863,5 млн. руб., по сравнению с 2014 годом. Основные средства, нематериальные активы и материальные запасы в 2016 году сократились на 9491,1 млн. руб. Прочие активы в 2016 году сократились на 189920,2 млн. руб. Всего активов сократилось в 2016 году на 25681,7 млн. руб., по сравнению с 2014 годом.

В пассивах большую часть занимают средства клиентов, не являющихся организациями - более % от всех пассивов.

Кредиты, депозиты и прочие средства ЦБ РФ в 2016 году сократились на 2934657,6 млн. руб., по сравнению с 2014 годом. Средства кредитных организаций в 2016 году сократились на 430356,8 млн. руб. Средства клиентов, не являющихся организациями, нарушают сложившуюся тенденцию и в 2016 году возросли на 2855265,4 млн. руб. Всего пассивов сократилось на 872264,1 млн. руб.

Динамика показателей финансовой устойчивости ПАО Сбербанк за 2014-2016 годы показала, что в целом банк имеет финансовую устойчивость и риск банкротства ему не грозит.

Основными проблемами в реализации инновационных технологий в ПАО «Сбербанк» являются: отсутствие средств или большой объем затрат средств на реализацию, низкая эффективность профессиональных навыков по современному маркетингу, отсутствие профессиональной команды, не совершенна технология мобильного банка и Сбербанка-онлайн.

Решить данные проблемы можно по средством создания инновационного отдела, внедрение IT-систем, позволяющих клиенту Сбербанка пользоваться услугами банка в любом из отделений и дополнительных офисов по всей стране и за рубежом, касаясь вопроса формирования максимальных удобств для клиента, Сбербанку следует провести изменение процессов и технологий кредитования, одновременно с предложением кредита возможно формирование рекомендаций для клиента в части получения комплекса иных привлекательных услуг, учитывающих предпочтения клиента на основе истории его кредитной активности; следующим этапом развития банковского сервиса является возможность учитывать географическое местонахождение клиента, предлагая ему адаптированные под его регион сервисы, продукты, и подсказки в части банковского и другого обслуживания; Сбербанку можно внедрить две

совершенно инновационные технологии, чья суть заключается в распознавании клиента по внешности и голосу.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Федеральный закон «О банках и банковской деятельности» от 02.12.1990 № 395-1-ФЗ.
2. Федеральный закон «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» от 10.07.2002 № 86-ФЗ.
3. Федеральный закон «О национальной платежной системе» от 27.06.2011 № 161-ФЗ.
4. Абрамеева, Е. А. Дистанционное банковское обслуживание населения: преимущества и недостатки [Текст] / Е. А. Абрамеева // Форум. - 2014. - № 1. - С. 6.
5. Антонов, К. А. Экономическая эффективность внедрения и использования систем дистанционного банковского обслуживания в российских банках [Текст] / К. А. Антонов // Банковские услуги. - 2011. - № 6. - С. 27-32.
6. Баранов А. М. Недостатки и преимущества систем дистанционного банковского обслуживания / А. М. Баранов, Н. В. Коротаева // Социально-экономические явления и процессы, - 2013. - № 5. - С. 36-40.
7. Баранов, А. М. Недостатки и преимущества систем дистанционного банковского обслуживания [Текст] / А. М. Баранов, Н. В. Коротаева // Социально-экономические явления и процессы. - 2013. - № 5 (051). - С. 35-39.
8. Баринов А.Э. Современное состояние мирового рынка финансирования инвестиционных проектов и роль банков в его развитии [Текст] // Финансы и кредит. - 2016. - № 25. - С. 16-22.
9. Бархатов И.В. Особенности инновационных банковских услуг [Текст] // Вестник Челябинского государственного университета. - 2011. - № 34. - С. 130-135.
10. Белозеров, С.А. Банковское дело: Учебник [Текст] / С.А. Белозеров, О.В. Мотовилов. - М.: Проспект, 2015. - 408 С.

11. Боровкова В. А. Банки и банковское дело: учебник для бакалавров / В. А. Боровкова, А. И. Балабанов. - 3-е изд. перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2014. - 623 С.
12. Бугорский, В.Н. Банковское дело: сборник тестов. Учеб.-метод. пособие [Текст] / В.Н. Бугорский. - М.: Финансы и статистика, 2014. - 160 С.
13. Бурдина, А.А. Банковское дело [Текст] / А.А. Бурдина. - М.: МАИ, 2014. - 96 С.
14. Бухарова, М. Управление трансфером технологических инноваций: отраслевая цепочка ценностей [Текст] / М. Бухарова // Проблемы теории и практики управления. - 2013. - № 1. - С. 111-119.
15. Валенцева Н. И. Банковская система в современной экономике: учебное пособие / Н. И. Валенцева; под ред. О. И. Лаврушина. - М.: Юрайт, 2012. - 375 С.
16. Викулов В. С. Концептуальный подход к разработке инновационной стратегий коммерческого банка [Текст] // Финансовый менеджмент. - 2010. - № 5. - С. 106.
17. Глинянов В.С., Попов Г.П. Проектное финансирование в сельском хозяйстве. Почему нет? [Текст] // Деньги и кредит. - 2012. - № 6. - С. 57-61.
18. Глянько, Д. А. Банки в системе финансирования начинающих предпринимателей [Текст] / Д. А. Глянько // Банковское дело. - 2013. - № 1. - С. 81-84.
19. Гультяев В. Ю. Виды современных электронных банковских инноваций [Текст] // Молодой ученый. - 2015. - №12. - С. 405-407.
20. Депутатова, Е. И. О финансировании банками инновационных проектов [Текст] / Е. И. Депутатова // Банковское дело. - 2013. - № 1. - С. 52-56.
21. Долженко, Р. А. Инновации в управлении персоналом в коммерческом банке : монография [Текст] / Р. А. Долженко ; Алт. ин-т труда

и права (фил.) Образоват. учреждения профсоюзов «Акад. труда и социал. отношений». - Барнаул : Азбука, 2012. - 177 С.

22. Долятовский Л.В. Стратегия развития фирмы на основе внедрения инноваций [Текст] // Менеджмент инноваций. - 2011. - № 4. - С. 328-336.

23. Егоров А.В., Кармазина А.С., Чекмарева Е.Н. Анализ и мониторинг условий банковского кредитования [Текст] // Деньги и кредит. - 2010. - № 10. - С. 16-22.

24. Жданова О.Р., Карминский А.М. Современные тенденции банковских инноваций [Текст] // XXII Всероссийское совещание по проблемам управления ВСПУ-2014. - М., 1619 июня 2014 г. - 412 С.

25. Зарипова, Г.М. Инновация-неотъемлемая часть конкурентного рынка [Текст] / Г.М..Зарипова // Инновационное-развитие современной науки: материалы международной научно-практической конференции (31 января 2014.) часть 1 - РИЦ БашГУ - Уфа , - С. 213 - 219

26. Значимые инновации в банковской сфере XXI-го века [Электронный ресурс] - Режим доступа. - <http://www.innoros.ru/publications/interesting/11/znachimye-innovatsii-v-bankovskoi-sfere-21-go-veka>

27. Иванова, Т.Ю. Банковское дело. Управление в современном банке [Текст] / Т.Ю. Иванова. - М.: КноРус, 2012. - 304 С.

28. Имрамзиева М.Я. Современные научные подходы к инновационной деятельности коммерческих банков [Текст] // Наука вчера, сегодня, завтра: сб. ст. по матер. XX междунар. науч.-практ. конф. № 1(18). - Новосибирск: СибАК, 2015. - С. 142-149.

29. Кабушкин, Н.И. Банковское дело. Экспресс-курс [Текст] / Н.И. Кабушкин. - М.: КноРус, 2012. - 352 С.

30. Казанская Е. А. Инновации в банковской сфере [Текст] // Молодой ученый. - 2016. - №15. - С. 297-301.

31. Карминский, А.М. Современные тенденции банковских инноваций [Текст] / А.М. Карминский, О.Р. Жданова // Маркетинг и менеджмент инноваций. - 2013. - №2. - С. 106-118.

32. Коробов Ю. И. Банковские операции: учебник / Ю. И. Коробов. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 448 С.

33. Ломакин А.Ю. Совершенствование информационного обеспечения организации инновационной деятельности в коммерческом банке [Текст] // Экономика и современный менеджмент: теория и практика: сб. ст. по матер. XXVIII междунар. науч.-практ. конф. № 28. - Новосибирск: СибАК, 2013. - С. 220-229.

34. Мельникова, Н.С. Методика определения эффективности реинжиниринга бизнес-процессов в коммерческом банке на основе системного подхода [Текст] / Н. С. Мельникова // Сетевой научно-практический журнал «Научный результат. Экономические исследования № 1(11) 2017г . – С. 66-72.

35. Сергеев, И.В. Экономика организации (предприятия) /Сергеев И.В., Веретенникова И.И. Учебник и практикум / Москва, 2016. Сер. 60 Бакалавр. Прикладной курс (6-е изд., пер. и доп).

36. Инновационные банковские технологии и продукты: учебное пособие / М.В. Владыка, О.В. Ваганова, С.А. Кучерявенко, Т.В. Гончаренко, Н.И. Быканова. – Белгород: ИД «Белгород» НИУ «БелГУ», 2016. – 108 с.

37. Vladyka, M.V. Investments to the innovation economy of Russian regions: dynamics, structure. Risks. International Business Management. 2016. Т. 10. № 19. С. 4592-4596.

38. Management of innovative process in the economy at the regional level // Vaganova O.V., Vladyka M.V., Balabanova V., Kucheryavenko S.A., Galtsev A.V. International Business Management. 2016. № 10. С. 3443.

39. Азаренкова, Г.М. Анализ особенностей краудфандинга как способа привлечения средств в финансовый проект начинающих предпринимателей [Текст] / Г.М. Азаренкова, Н.С. Мельникова // Сборник

научных трудов «Финансово-кредитная деятельность: проблемы теории и практики», 2017. – С. 91-96

40. Менделян А. С. Электронные инновации в банковском бизнесе: финансовое обеспечение [Текст] // Молодой ученый. - 2013. - №11. - С. 393-395.

41. Миненко К.Л. Инновации в деятельности банков [Текст] // Научное сообщество студентов XXI столетия: сб. ст. по мат. XII междунар. студ. науч.-практ. конф. № 12.

42. Муравьева А.В. Банковские инновации: мировой опыт и российская практика. [Текст]: дис. на соиск. учен. степ. канд. эконом. наук (08.00.14) / Муравьева Анастасия Владимировна; Финансовая академия при Правительстве РФ. М., 2005. - 144 С.

43. Неретина Е. А. Современные концепции эффективности деятельности коммерческого банка / Е. А. Неретина, Е. В. Солдатов // Финансы и кредит, - 2013. - № 13. - С. 14-22.

44. Охлопков А.В. Инновации в сфере предоставления банковских услуг [Текст]: автореферат к.э.н. - Москва, 2011. - 99 С.

45. По интерфейсу встречаются: как банки развивают ДБО. Портал Banki.ru [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://banks.cnews.ru/articles/po_interfejsu_vstrechayut_kak_banki/2

46. Просалова В.С., Никитина А.А. Понятие банковских инноваций и их классификация [Текст] // Науковедение. - 2013. - №1. - С. 1-8.

47. Разу, М.Л. Банковское дело. Современная система кредитования (Бакалавриат и Магистратура) [Текст] / М.Л. Разу. - М.: КноРус, 2013. - 360 С.

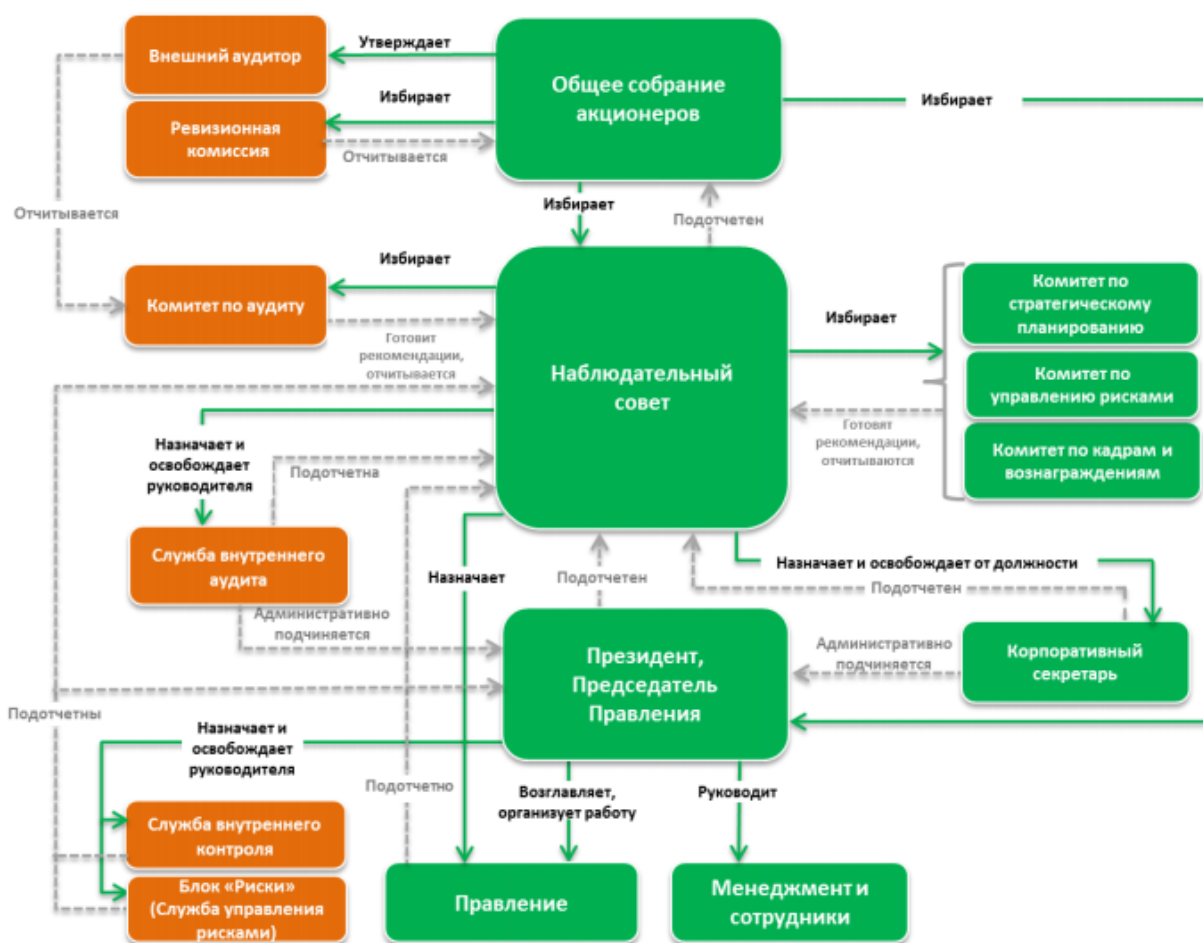
48. Сафрончук, М.В. Банковское дело. Розничный бизнес: Учебное пособие [Текст] / М.В. Сафрончук. - М.: КноРус, 2013. - 416 С.

49. Сбербанк России. Годовой отчет банка за 2016 г. [Электронный ресурс] // Официальный сайт - М., 2016. - <http://www.sberbank.com/ru/investor-relations/reports-and-publications/annualreports>

50. Семибратова, О.И. Банковское дело: Учеб. для учащихся нач. проф. образования [Текст] / О.И. Семибратова. - М.: ИЦ Академия, 2012. - 224 С.
51. Смовженко, Т. С. Инновационные стратегии зарубежных банков [Текст] / Т. С. Смовженко, С. Б. Егорычева // Деньги и кредит. - 2015. - № 8. - С. 51-56.
52. Соловьева Е.К., Ханиева М.А. Инновации в банковской деятельности [Электронный ресурс] // Научное сообщество студентов XXI столетия: сб. ст. по мат. XXV междунар. студ. науч.-практ. конф. № 10(25). [http://sibac.info/archive/economy/10\(25\).pdf](http://sibac.info/archive/economy/10(25).pdf)
53. Статистика [Электронный ресурс] // Официальный сайт - М., 2016. - <http://www.cbr.ru/statistics/?PrtId=psrf>.
54. Тихомирова Е.В. Клиентоориентированный подход банков как условие инновационного роста [Текст] // Деньги и кредит. - 2014. - № 1. - С. 51-56.
55. Тихомирова Е.В. Рынок синдицированных кредитов: тенденции и перспективы развития [Текст] // Деньги и кредит. - 2011. - № 2. - С. 30-35.
56. Тосунян Г. А. О перспективах банковской системы Российской Федерации / Г. А. Тосунян // Деньги и кредит, - 2014. - № 5. - С. 5-9.
57. Фаронов, В.В. Банковское дело (для бакалавров) (изд:10) [Текст] / В.В. Фаронов. - М.: КноРус, 2013. - 800 С.
58. Хисамутдинов М.К. Анализ проблем внедрения венчурного инвестирования в ПАО Сбербанк [Текст] // Вопросы инновационной экономики. - 2015. - Том 5. - № 2. - С. 47-62.
59. Шустов А. А. Инновационная деятельность в банковской сфере. Электронные инновации [Текст] // Молодой ученый. - 2013. - №9. - С. 269-275.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Организационная структура ПАО Сбербанк



БУХГАЛТЕРСКИЙ БАЛАНС
(публикуемая форма)
на 1 января 2017 года

Кредитной организации: Публичное акционерное общество "Сбербанк России"

ПАО Сбербанк

Почтовый адрес: 117997, г.Москва, ул.Вавилова, 19

Код формы по ОКУД 0409806

Квартальная (Годовая)

тыс. руб.

Номер строки	Наименование статьи	Номер пояснения	Данные на отчетную дату	Данные на начало отчетного года
1	2	3	4	5
I	АКТИВЫ			
1	Денежные средства	5.1	614 848 983	732 789 740
2	Средства кредитных организаций в Центральном банке Российской Федерации	5.1	967 161 874	586 685 384
2.1	Обязательные резервы	5.1	154 713 883	118 363 174
3	Средства в кредитных организациях	5.1	347 942 780	355 984 910
4	Финансовые активы, оцениваемые по справедливой стоимости через прибыль или убыток	5.2	141 343 233	405 977 877
5	Чистая ссудная задолженность	5.3	16 221 622 141	16 869 803 465
6	Чистые вложения в ценные бумаги и другие финансовые активы, имеющиеся в наличии для продажи	5.4	2 269 613 004	2 316 356 734
6.1	Инвестиции в дочерние и зависимые организации	5.5	691 905 668	536 732 037
7	Чистые вложения в ценные бумаги, удерживаемые до погашения	5.6	455 961 164	436 472 311
8	Требование по текущему налогу на прибыль		8 124 301	19 774 223
9	Отложенный налоговый актив		0	0
10	Основные средства, нематериальные активы и материальные запасы	5.7	469 120 697	467 474 010
11	Долгосрочные активы, предназначенные для продажи		8 076 804	9 880 712
12	Прочие активы	5.8	217 263 502	505 716 727
13	Всего активов		21 721 078 483	22 706 916 093
II	ПАССИВЫ			
14	Кредиты, депозиты и прочие средства Центрального банка Российской Федерации		581 160 307	768 989 234
15	Средства кредитных организаций	5.9	364 499 528	618 363 818
16	Средства клиентов, не являющихся кредитными организациями	5.10	16 881 988 991	17 722 423 458
16.1	Вклады (средства) физических лиц, в том числе индивидуальных предпринимателей		10 937 747 277	10 221 284 952
17	Финансовые обязательства, оцениваемые по справедливой стоимости через прибыль или убыток		107 586 935	228 167 483
18	Выпущенные долговые обязательства	5.11	610 931 898	647 694 355
19	Обязательство по текущему налогу на прибыль		5 771 617	5 404 321
20	Отложенное налоговое обязательство		17 878 331	93 348 434
21	Прочие обязательства	5.12	280 194 323	256 566 985
22	Резервы на возможные потери по условным обязательствам кредитного характера, прочим возможным потерям и операциям с резидентами офшорных зон		42 145 668	37 805 399
23	Всего обязательств		18 892 157 598	20 378 763 487

Номер строки	Наименование статьи	Номер пояснения	Данные на отчетную дату	Данные на начало отчетного года
III	ИСТОЧНИКИ СОБСТВЕННЫХ СРЕДСТВ			
24	Средства акционеров (участников)	5.13	67 760 844	67 760 844
25	Собственные акции (доли), выкупленные у акционеров (участников)		0	0
26	Эмиссионный доход		228 054 226	228 054 226
27	Резервный фонд		3 527 429	3 527 429
28	Переоценка по справедливой стоимости ценных бумаг, имеющихся в наличии для продажи, уменьшенная на отложенное налоговое обязательство (увеличенная на отложенный налоговый актив)		39 900 064	-46 427 290
29	Переоценка основных средств, уменьшенная на отложенное налоговое обязательство		45 400 901	66 357 126
30	Переоценка обязательств (требований) по выплате долгосрочных вознаграждений		0	0
31	Переоценка инструментов хеджирования		0	0
32	Денежные средства безвозмездного финансирования (вклады в имущество)		0	0
33	Нераспределенная прибыль (непокрытые убытки) прошлых лет		1 945 987 988	1 790 492 964
34	Неиспользованная прибыль (убыток) за отчетный период	6	498 289 433	218 387 307
35	Всего источников собственных средств		2 828 920 885	2 328 152 606
IV	ВНЕБАЛАНСОВЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
36	Безотзывные обязательства кредитной организации		6 701 111 522	8 065 233 100
37	Выданные кредитной организацией гарантии и поручительства		1 234 474 908	1 387 353 103
38	Условные обязательства некредитного характера		142 840	0

Президент, Председатель Правления
ПАО Сбербанк

Старший управляющий директор, главный бухгалтер -
директор Управления бухгалтерского учета и отчетности
ПАО Сбербанк

17 марта 2017 г.


 (подпись)



Г.О. Греф
(Ф.И.О.)


 (подпись)

М.Ю. Лукьянова
(Ф.И.О.)

БУХГАЛТЕРСКИЙ БАЛАНС
(публикуемая форма)
на 1 января 2016 года

Кредитной организации: Публичное акционерное общество "Сбербанк России"

ПАО Сбербанк

Почтовый адрес: 117997, г. Москва, ул. Вавилова, 19

Код формы по ОКУД 0409816

Квартальная (Головая)

тыс. руб.

Номер строки	Наименование статьи	Номер пояснения	Данные на отчетную дату	Данные на начало отчетного года
1	2	3	4	5
1	АКТИВЫ			
1	Денежные средства	5.1	732 789 740	1 240 712 425
2	Средства кредитных организаций в Центральном банке Российской Федерации	5.1	586 685 384	369 675 704
2.1	Обязательные резервы		118 363 174	142 522 154
3	Средства в кредитных организациях	5.1	355 984 910	356 487 333
4	Финансовые активы, оцениваемые по справедливой стоимости через прибыль или убыток	5.2	405 977 877	825 688 140
5	Чистая судная задолженность	5.3	16 869 803 465	15 889 379 335
6	Чистые вложения в ценные бумаги и другие финансовые активы, имеющиеся в наличии для продажи	5.4	2 316 356 734	1 745 489 852
6.1	Инвестиции в дочерние и зависимые организации	5.5, 6.1	536 732 037	385 839 342
7	Чистые вложения в ценные бумаги, удерживаемые до погашения	5.6	436 472 311	366 474 111
8	Требование по текущему налогу на прибыль	4.5	19 774 223	67 057 790
9	Отложенный налоговый актив		0	0
10	Основные средства, нематериальные активы и материальные запасы	5.7	477 354 992	478 611 700
11	Прочие активы	5.8	505 716 457	407 183 754
12	Всего активов		22 706 916 093	21 746 760 144
13	ПАССИВЫ			
13	Кредиты, депозиты и прочие средства Центрального банка Российской Федерации		768 989 234	3 515 817 946
14	Средства кредитных организаций	5.9	618 363 818	794 836 364
15	Средства клиентов, не выходящих кредитным организациям	5.10	17 722 423 458	14 026 723 547
15.1	Вклады (средства) физических лиц, в том числе индивидуальных предпринимателей		10 221 284 952	7 999 051 651
16	Финансовые обязательства, оцениваемые по справедливой стоимости через прибыль или убыток		228 167 483	617 944 480
17	Выпущенные долговые обязательства	5.11	647 694 355	513 402 485
18	Обязательство по текущему налогу на прибыль	4.5	5 404 321	2 170
19	Отложенное налоговое обязательство	4.5	93 348 434	42 891 174
20	Прочие обязательства	5.12	256 566 985	216 252 982
21	Резервы на возможные потери по условным обязательствам кредитного характера, прочим возможным потерям и операциям с резидентами офшорных зон		37 805 399	36 530 500
22	Всего обязательств		20 378 763 487	19 764 421 648
23	ИСТОЧНИКИ СОБСТВЕННЫХ СРЕДСТВ			
23	Средства акционеров (участников)	5.13	67 760 844	67 760 844
24	Собственные акции (доли), выкупленные у акционеров (участников)	5.13	0	0
25	Эмиссионный доход		228 054 226	228 054 226
26	Резервный фонд		3 527 429	3 527 429
27	Переоценка по справедливой стоимости ценных бумаг, имеющихся в наличии для продажи, уменьшенная на отложенное налоговое обязательство (увеличенная на отложенный налоговый актив)	8.5	-86 427 290	-197 450 451
28	Переоценка основных средств, уменьшенная на отложенное налоговое обязательство		66 357 126	80 536 315
29	Нераспределенная прибыль (непокрытые убытки) прошлых лет		1 790 492 964	1 488 697 172
30	Неиспользованная прибыль (убыток) за отчетный период	6	218 387 307	311 212 961
31	Всего источников собственных средств		2 328 152 606	1 982 338 406
32	ВНЕБАЛАНСОВЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
32	Безотзывные обязательства кредитной организации		8 065 233 100	8 908 307 537
33	Выданные кредитной организацией гарантии и поручительства		1 387 353 103	1 625 269 457
34	Условные обязательства некредитного характера		0	37 087

Президент, Председатель Правления
ПАО Сбербанк

Г.О. Греф
(Ф.И.О.)

(подпись)

Старший управляющий директор, главный бухгалтер -
директор Управления бухгалтерского
учета и отчетности ПАО Сбербанк

М.Ю. Лукьянова
(Ф.И.О.)

(подпись)

30 января 2016.



ОТЧЕТ О ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТАХ
(публикуемая форма)
за 2016 год

Кредитной организации: Публичное акционерное общество "Сбербанк России"

ПАО Сбербанк

Почтовый адрес: 117997, г.Москва, ул.Вавилова, 19

Код формы по ОКУД 0409807

Квартальная (Головая)

тыс. руб.

Номер строки	Наименование статьи	Номер пояснения	Данные за отчетный период	Данные за соответствующий период прошлого года
1	2	3	4	5
Раздел 1. О прибылях и убытках				
1	Процентные доходы, всего, в том числе:	6.1	2 079 766 069	1 990 795 763
1.1	от размещения средств в кредитных организациях		64 397 494	45 298 638
1.2	от ссуд, предоставленных клиентам, не являющимся кредитными организациями		1 867 144 838	1 815 096 835
1.3	от оказания услуг по финансовой аренде (лизингу)		12 025	0
1.4	от вложений в ценные бумаги		148 211 712	130 400 290
2	Процентные расходы, всего, в том числе:	6.2	878 207 077	1 132 363 133
2.1	по привлеченным средствам кредитных организаций		64 296 230	246 600 692
2.2	по привлеченным средствам клиентов, не являющимся кредитными организациями		759 401 850	830 989 692
2.3	по выпущенным долговым обязательствам		54 508 997	54 772 749
3	Чистые процентные доходы (отрицательная процентная маржа)		1 201 558 992	858 432 630
4	Изменение резерва на возможные потери по ссудам, ссудной и приравненной к ней задолженности, средствам, размещенным на корреспондентских счетах, а также начисленным процентным доходам, всего, в том числе:		-87 884 500	-258 867 154
4.1	изменение резерва на возможные потери по начисленным процентным доходам		-6 151 158	-5 995 500
5	Чистые процентные доходы (отрицательная процентная маржа) после создания резерва на возможные потери		1 113 674 492	599 565 476
6	Чистые доходы от операций с финансовыми активами, оцениваемыми по справедливой стоимости через прибыль или убыток		-74 292 233	-17 141 249
7	Чистые доходы от операций с финансовыми обязательствами, оцениваемыми по справедливой стоимости через прибыль или убыток		0	3 397 331
8	Чистые доходы от операций с ценными бумагами, имеющимися в наличии для продажи		2 607 540	-1 730 756
9	Чистые доходы от операций с ценными бумагами, удерживаемыми до погашения		185 187	189
10	Чистые доходы от операций с иностранной валютой		29 511 322	100 403 852
11	Чистые доходы от переоценки иностранной валюты	6.4	18 837 516	-6 152 110
12	Чистые доходы от операций с драгоценными металлами		2 217 651	187 331
13	Доходы от участия в капитале других юридических лиц		8 725 625	2 764 701
14	Комиссионные доходы	6.3	360 618 710	297 700 676
15	Комиссионные расходы	6.3	43 700 379	31 759 583
16	Изменение резерва на возможные потери по ценным бумагам, имеющимся в наличии для продажи	5.4	-7 234	1 533 840
17	Изменение резерва на возможные потери по ценным бумагам, удерживаемым до погашения	5.6	2 208 381	-5 155 700
18	Изменение резерва по прочим потерям		-41 951 351	-31 893 241
19	Прочие операционные доходы		33 975 420	46 009 705
20	Чистые доходы (расходы)		1 412 610 647	957 730 462
21	Операционные расходы	6.5	764 715 933	650 830 535
22	Прибыль (убыток) до налогообложения	3.2	647 894 714	306 899 927
23	Возмещение (расход) по налогам	6.6	149 605 281	88 512 620
24	Прибыль (убыток) от продолжающейся деятельности	3.2	500 196 653	219 918 556
25	Прибыль (убыток) от прекращенной деятельности		-1 907 220	-1 531 249
26	Прибыль (убыток) за отчетный период	6	498 289 433	218 387 307

Раздел 2. О совокупном доходе

Номер строки	Наименование статьи	Номер пояснения	Данные за отчетный период	Данные за соответствующий период прошлого года
1	2	3	4	5
1	Прибыль (убыток) за отчетный период	6	498 289 433	218 387 307
2	Прочий совокупный доход (убыток)		0	0
3	Статьи, которые не переклассифицируются в прибыль или убыток, всего, в том числе:			
3.1	изменение фонда переоценки основных средств		-13 372 024	-1 567 506
3.2	изменение фонда переоценки обязательств (требований) по пенсионному обеспечению работников по программам с установленными выплатами		0	0
4	Налог на прибыль, относящийся к статьям, которые не могут быть переклассифицированы в прибыль или убыток		-1 701 258	0
5	Прочий совокупный доход (убыток), который не может быть переклассифицирован в прибыль или убыток, за вычетом налога на прибыль		-11 670 766	-1 567 506
6	Статьи, которые могут быть переклассифицированы в прибыль или убыток, всего, в том числе:		96 302 369	176 889 250
6.1	изменение фонда переоценки финансовых активов, имеющихся в наличии для продажи		96 302 369	176 889 250
6.2	изменение фонда хеджирования денежных потоков		0	0
7	Налог на прибыль, относящийся к статьям, которые могут быть переклассифицированы в прибыль или убыток		19 260 474	38 477 771
8	Прочий совокупный доход (убыток), который может быть переклассифицирован в прибыль или убыток, за вычетом налога на прибыль		77 041 895	138 411 479
9	Прочий совокупный доход (убыток) за вычетом налога на прибыль		65 371 129	136 843 973
10	Финансовый результат за отчетный период		563 660 562	355 231 280

Президент, Председатель Правления
ПАО Сбербанк

Старший управляющий директор, главный бухгалтер -
директор Управления бухгалтерского учета и отчетности
ПАО Сбербанк

17. марта 2017.


(подпись) **Г.О. Ериф** (Ф.И.О.)


(подпись) **М.Ю. Фухьянова** (Ф.И.О.)
Место работы: **СБЕРБАНК**
г. Москва



ОТЧЕТ О ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТАХ
(публикуемая форма)

за 2015 год

Кредитной организации: Публичное акционерное общество "Сбербанк России"

ПАО Сбербанк

Почтовый адрес: 117997, г.Москва, ул.Вавилова, 19

Код формы по ОКУД 0409807

Квартальная (Головая)

тыс. руб.

Номер строки	Наименование статьи	Номер пояснения	Данные за отчетный период	Данные за соответствующий период прошлого года
1	2	3	4	5
1	Процентные доходы, всего, в том числе:	6.1		
1.1	от размещения средств в кредитных организациях		1 999 027 786	1 661 885 356
1.2	от осуд, предоставленных клиентам, не являющихся кредитными организациями		45 298 638	31 835 665
1.3	от оказания услуг по финансовой аренде (лизингу)		1 823 328 858	1 500 795 759
1.4	от вложений в ценные бумаги		0	0
2	Процентные расходы, всего, в том числе:	6.2		
2.1	по привлеченным средствам кредитных организаций		1 132 369 508	702 161 479
2.2	по привлеченным средствам клиентов, не являющихся кредитными организациями		246 640 692	189 112 244
2.3	по выданным долговым обязательствам		830 996 067	487 049 747
3	Чистые процентные доходы (отрицательная процентная маржа)		54 772 749	25 999 488
4	Изменение резерва на возможные потери по осудам, осудной и приравненной к ней задолженности, средствам, размещенным на корреспондентских счетах, а также начисленным процентным доходам, всего, в том числе:	5.3		
4.1	изменение резерва на возможные потери по начисленным процентным доходам		-258 867 154	-279 570 299
5	Чистые процентные доходы (отрицательная процентная маржа) после создания резерва на возможные потери		-5 995 500	-2 403 074
6	Чистые доходы от операций с финансовыми активами, оцениваемыми по справедливой стоимости через прибыль или убыток		607 791 124	680 153 578
7	Чистые доходы от операций с ценными бумагами, имеющимися в наличии для продажи		-12 676 170	-64 381 373
8	Чистые доходы от операций с ценными бумагами, удерживаемыми до погашения		-3 541 006	-12 662 037
9	Чистые доходы от операций с иностранной валютой		-695	-617
10	Чистые доходы от переоценки иностранной валюты		91 277 379	-1 472 913
11	Доходы от участия в капитале других юридических лиц	6.4	-6 152 110	172 702 496
12	Комиссионные доходы	6.5	3 508 086	5 332 089
13	Комиссионные расходы	6.5	297 700 676	241 114 334
14	Изменение резерва на возможные потери по ценным бумагам, имеющимся в наличии для продажи	5.4	31 759 583	23 939 331
15	Изменение резерва на возможные потери по ценным бумагам, удерживаемым до погашения	5.6	1 533 840	78 023
16	Изменение резерва по прочим потерям	4.5	-5 155 700	238 449
17	Прочие операционные доходы		-31 893 241	-11 517 623
18	Прочие операционные расходы		16 073 495	42 227 454
19	Чистые доходы (расходы)		926 706 095	1 027 872 529
20	Операционные расходы	6.5	619 806 168	598 666 217
21	Прибыль (убыток) до налогообложения	3.2	306 899 927	429 206 312
22	Возмещение (расход) по налогам	4.5, 6.6	88 512 620	117 993 351
23	Прибыль (убыток) после налогообложения	3.2, 6	218 387 307	311 212 961
23.1	Выплаты из прибыли после налогообложения, всего, в том числе:		0	0
23.1	распределение между акционерами (участниками) в виде дивидендов		0	0
23.2	отчисления на формирование и пополнение резервного фонда		0	0
24	Неиспользованная прибыль (убыток) за отчетный период	6	218 387 307	311 212 961

Президент, Председатель Правления
ПАО Сбербанк

Г.О. Греф
(Ф.И.О.)

Старший управляющий директор, главный бухгалтер -
директор Управления бухгалтерского
учета и отчетности ПАО Сбербанк

М.Ю. Лукьянова
(Ф.И.О.)



30 марта 2016

