

СОВРЕМЕННЫЕ БАНКОВСКИЕ ПРОДУКТЫ: АНАЛИЗ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

Вагайцева Валерия Павловна,

*аспирант, преподаватель кафедры финансового рынка
и финансовых институтов Новосибирского государственного
университета экономики и управления,
Россия, 630099, г. Новосибирск, ул. Каменская, 56
ORCID: 0000-0003-2341-2334
valeria.vagaitseva@yandex.ru*

Шмырева Александра Ивановна,

*доктор экономических наук, профессор,
профессор кафедры финансового рынка
и финансовых институтов Новосибирского государственного
университета экономики и управления,
Россия, 630099, г. Новосибирск, ул. Каменская, 56
ORCID: 0000-0002-2664-9137
a.i.shmyreva@edu.nsuem.ru*

Аннотация

Развитие новых цифровых технологий и их активное применение оказывают влияние на взаимоотношения кредитных организаций с клиентами в сфере доступности продуктов и способов оказываемых услуг. В настоящее время деятельность банков по созданию и выпуску продуктов для клиентов выходит на новый уровень благодаря развитию технологий и инноваций в этой области.

В работе проводится исследование и анализ актуальных направлений развития в сфере разработки и формирования современных банковских продуктов. Объект исследования – многообразие продуктов коммерческих банков. Предмет исследования – глобальные тенденции их развития. Цель работы – анализ тенденций развития современных и инновационных банковских продуктов в России и за рубежом. Исходя из цели работы были выявлены основные виды банковских инновационных процессов в мире, такие как банковский продукт на новых сегментах рынка, инновации как освоение направлений деятельности в новых сферах финансового рынка, модифицированные услуги финансового посредничества, направленные на эффективное управление активами и обязательствами, новые методы управления наличными и использования новых информа-

ционных технологий, новые продукты в традиционных сегментах ссудных капиталов.

Рассмотренная в статье линейка распространенных банковских продуктов, а также изучение продуктов нового цифрового и дистанционного формата позволили сделать вывод о необходимости развития и распространения существующей классификации банковских продуктов. В связи с увеличивающимся количеством продуктовых разработок банка их классификация становится неотъемлемым этапом в их формировании и последующем выпуске. Был исследован ряд классификационных признаков и разграничений, которые помогли систематизировать имеющиеся группы банковских продуктов и обозначить направления для их развития. Перспективой банковского сектора становится трансформация продуктов банка. Происходит роботизация многих банковских процессов и, как следствие, возникают модернизированные продукты и услуги банка, которые ранее в научно-практических работах и публикациях не рассматривались в теоретическом аспекте.

Ключевые слова: экономика, рынок банковских продуктов и услуг, классификация банковских продуктов, цифровизация, тенденция, инновация, инновационный процесс, интернет-банкинг.

Библиографическое описание для цитирования:

Вагайцева В.П., Шмырева А.П. Современные банковские продукты: анализ тенденций развития в России и за рубежом // Идеи и идеалы. – 2023. – Т. 15, № 2, ч. 2. – С. 261–276. – DOI: 10.17212/2075-0862-2023-15.2.2-261-276.

В первом полугодии 2022 года российские банки приняли ряд новых вызовов, включающих в себя в первую очередь попадание крупнейших представителей сектора в санкционный список, а также «замораживание» текущих банковских активов. Это повлекло за собой целый ряд негативных процессов: панику вкладчиков, реализацию валютных и процентных рисков, разрушение логистических цепочек у банковских клиентов, прекращение деятельности на рынке представителей иностранного бизнеса и другие последствия, которые не могли не отразиться на деятельности как отдельно взятых финансовых организаций, так и банковской отрасли в целом [11, с. 239].

Исследование и оценка современного состояния отечественного банковского сектора позволяют выявить уровень устойчивости отечественных кредитных организаций к событиям макроэкономического характера, перечисленным выше. Максимальный уровень издержек и ухудшение показателей основных финансовых коэффициентов отмечены у кредитных организаций, которые работают преимущественно с представителями крупного бизнеса.

Кроме того, население нашей страны продолжает отдавать предпочтение такому банковскому продукту, как сберегательный вклад. Об этом

свидетельствуют аналитические материалы Федеральной службы государственной статистики. В региональном разрезе лидирует Центральный федеральный округ – 598 141 млн руб., в частности г. Москва – 259 183 млн руб. [7, с. 236].

В то же время коммерческие банки, бизнес-модель которых нацелена на работу с малыми и средними компаниями, продемонстрировали уверенный уровень резистентности в сложившихся условиях [8, с. 2346].

Важно подчеркнуть, что ожидается дальнейшая перестройка банковского сектора, итогами которой будут не только снижение концентрации клиентов топ-10 банков за счет их оттока в крупные расчетные и региональные банки, но и прекращение деятельности на рынке банковских услуг доли розничных монолайнеров – кредитных учреждений, специализирующихся на одном виде банковских услуг [2, с. 588].

Точкой роста для всего банковского рынка, несомненно, будет развитие реального сектора экономики, что будет вызвано усиливающейся тенденцией к росту импортозамещения, а также проведением мероприятий, направленных на противодействие санкциям и ухудшающейся макроэкономической обстановке.

В связи с этим в современных реалиях банкам необходимо сконцентрироваться на увеличении и улучшении качества предоставляемой линейки банковских продуктов и услуг как для юридических, так и для физических лиц [13, с. 52]. Необходимо отметить, что кризисная ситуация явилась индикатором деятельности отечественных банков. Было установлено, что банковские продукты в России в большинстве своем сформированы на основании концепций действующих кредитных организаций [12, с. 20]. Они, в свою очередь, в основном направлены только на потребности самого выпускающего их банка как коммерческого учреждения. В точке соприкосновения интересов коммерческого банка и его клиента возникает проблема эквивалентности концепции развития кредитной организации как бизнес-проекта и концепции формирования и выпуска новых банковских продуктов на рынок, которым, безусловно, необходимо отличаться от других.

В условиях жизни информационного общества ключевыми процессами являются тенденции активного роста осведомленности человека в области экономики, а также в сфере информационных технологий. В связи с этим у коммерческих организаций возникают потребности во внедрении инноваций в процесс производства и предоставления товаров и услуг [14, с. 53]. Существуют различные классификации банковских продуктов, и для формирования представления о данном сегменте рынка необходимо привести параллельную классификацию, дополненную авторами (таблица).

**Параллельная классификация банковских продуктов,
дополненная автором**

Признак классификации банковского продукта	Классификационные группы предоставляемых банковских продуктов
Уровень инновационных разработок банка и степень их внедрения	<ol style="list-style-type: none"> 1. Высокотехнологичные продукты банка (цифровые ноу-хау) с хорошим уровнем проработанности. 2. Инновационные продукты банка, которые находятся на стадии внедрения и тестирования. 3. Продукты банка, являющиеся стандартными и не требующие введения новшеств [5, с. 35]
Актуальность производимого банковского продукта	<ol style="list-style-type: none"> 1. Продукты, удовлетворяющие психологические потребности клиента (страховые продукты банка). 2. Продукты, удовлетворяющие социальные запросы клиента (эксклюзивные продукты банка). 3. Продукты, удовлетворяющие экономические нужды клиента (получение прибыли, снижение издержек – специальные программы кредитования)
Степень удовлетворенности клиентом продуктом банка	<ol style="list-style-type: none"> 1. Снижающие издержки продукты, либо продукты с дополнительной маржой (например, овернайт). 2. Продукты косвенных услуг (уровневое распределение клиентов банка, например, премиум-сегмент, средний и базовый)
Целевое планирование	Продукты, получаемые на основе стратегических услуг банка (например, вид кредита ипотека – это длительное сотрудничество между клиентом и банком). Продукты, получаемые вследствие предоставления оперативных услуг банка (операция по системе быстрых платежей – возможность мгновенной оплаты на кассе) [5, с. 36]

В настоящее время ключевым механизмом формирования высокого уровня экономической эффективности любого бизнес-проекта, включая стартап, становится навык быстрого и своевременного реагирования на изменение конъюнктуры рынка и его ресурсной основы [15, с. 97].

Банковская отрасль каждого государства с высоким уровнем экономического развития является центром для создания и применения инновационных продуктов, что в первую очередь связано с усиливающимся влиянием на нее сферы финансовых технологий (FinTech, далее – финтех) [3, с. 828].

В мировой практике, как правило, принято выделять следующие виды банковских инновационных процессов (рис. 1).

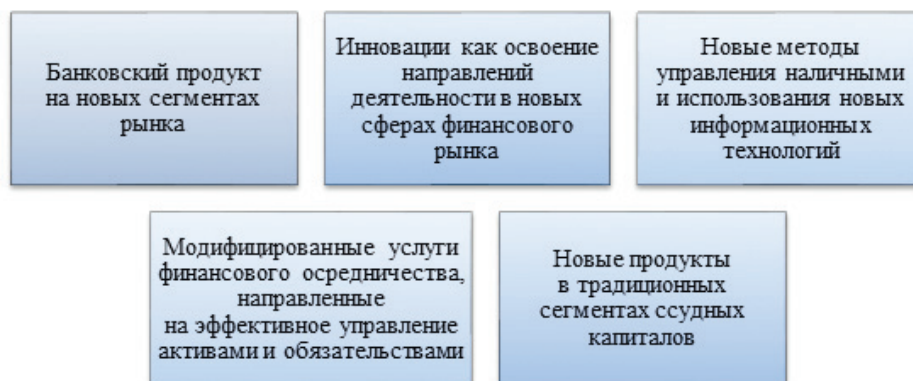


Рис. 1. Виды банковских инновационных процессов (международная практика)

Одним из наиболее важных факторов для формирования новых банковских продуктов становится финансовая глобализация [4, с. 90]. В текущих условиях глобальные процессы по обмену опытом, в частности в финансовой сфере, затруднены в связи с осложнившейся ситуацией на мировой экономической арене. Тем не менее необходимо отметить основные тенденции направления развития банковских продуктов, которые обусловлены прогрессом в области формата и качества предоставления банковских услуг (рис. 2).



Рис. 2. Глобальные тенденции развития банковских инноваций

Следует рассмотреть значение каждой из представленных на рис. 2 тенденций в формировании инновационных банковских продуктов.

Монетизация данных. Аналитическая информация коммерческого банка может оказать поддержку как владельцу информации, т. е. самому

банку, так и его текущим и потенциальным клиентам (юридическим лицам) в области приобретения конкурентных преимуществ, которые могут быть сформированы благодаря сервисам анализа рыночной ситуации [17, с. 60].

Банкинг вещей (Banking of things) подразумевает внедрение возможности безналичного расчета в гаджет, часы или автомобиль. Например, при остановке на автозаправочной станции не будет необходимости в наличии карты для оплаты услуги – автомобиль выполнит операцию за счет внедрения в его работу механизма выполнения безналичного платежа [9, с. 238].

Социальная ценность – важнейшая глобальная тенденция в развитии банковских продуктов. Именно взаимодействие с клиентами и формирование общего представления о перспективах развития кредитной организации совершенствует ее клиентоориентированность.

Например, у банка Widiba есть такой продукт, как домашняя система обслуживания клиента. А в России сотрудники «Тинькофф Банк» доставляют продукты банка (например, дебетовые карты) в удобное для клиента место. Прогресс в области робототехники позволяет существенно снизить транзакционные и иные издержки банка, повысить уровень качества и скорость обслуживания клиентов. В Японии, например, роботы постепенно заменяют работу кассиров [8, с. 32].

Интернет-банкинг. Это не только сайт с возможностью формирования онлайн-заявок в коммерческом банке, но и создание финансовых «экосистем». В пример можно привести «Сбер» в России. Банковская деятельность совмещена с услугами доставки, возможностями инвестирования, передачи данных и т. д. Особое внимание банки уделяют мобильным приложениям [10, с. 239]. Именно смартфон становится отчасти финансовым инструментом для выполнения различного рода операций. Формирование и выпуск инновационных банковских продуктов неразрывно связаны с проникновением интернет-банкинга во все бизнес-процессы банка. Для наглядности необходимо рассмотреть диаграмму на рис. 3. Исследование показало, что лидирующие позиции по использованию населением Интернета и цифровых технологий банка занимают страны ЕС и США [15, с. 40, 41]. Более 80 % населения пользуются Интернетом и практически 60 % применяют цифровые технологии коммерческих банков (рис. 3).

Россия несущественно отстает от лидеров: при более чем 70-процентной доле интернет-пользователей в населении нашей страны цифровыми и онлайн-платформами для осуществления привычных банковских транзакций пользуются более 50 % соотечественников [6, с. 55].

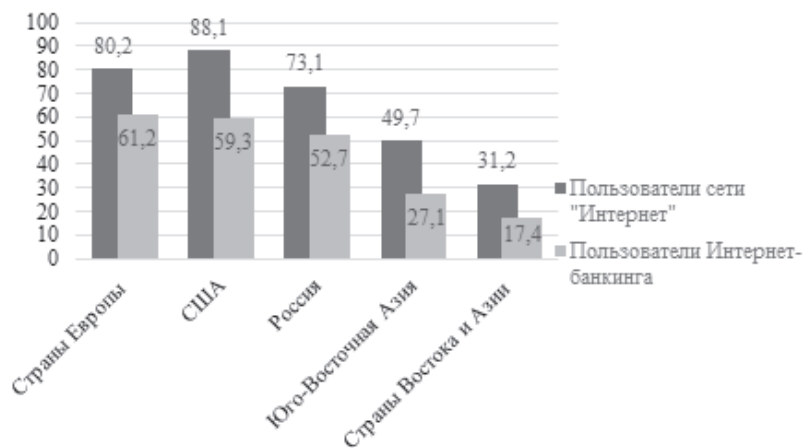


Рис. 3. Доля пользователей сети Интернет и интернет-технологий банков в населении стран мира и России в 2021 году, %

Новая уникальная тенденция на мировом рынке получила название «Банкинг без банков». Передача некоторых прав на создание продуктов FinTech компаниям позволит снизить издержки банков в этом направлении.

Например, высокотехнологичные китайские и индийские компании занимают лидирующие направления во всех сферах предоставления финансовых услуг. В странах Южной Америки набирает популярность составление финансовых планов у компаний FinTech.

В США существует фокус на инвестициях в определенную группу целей, т. е. в стартапы в области финансовых технологий, которые созданы для того, чтобы либо заменить, либо дополнить функции банков в финансовые рынки. Основанные на литературе по корпоративному венчурному капиталу отраслевые знания банков в области финтех-стартапов потенциально могут помочь повысить эффективность их венчурных инвестиций и, следовательно, могут служить дополнительной мотивацией инвестирования банков в финтех-предприятия [19].

Достижения в области финтеха за последние десятилетия кардинально изменили традиционный банковский сектор. Например, внедрение интернет-банкинга в 1990-х и бесконтактных платежей в 2000-х годах повысило операционную эффективность банков и сделало банковские услуги более доступными. Эти достижения в области финтеха в основном дополняют существующие функции банков. И наоборот, другие финтех-инновации потенциально приводят к заменам в банковском деле и, следовательно, приводят к сбоям в функционировании банковского сектора [13, с. 56].

В частности, крупные технологические фирмы всё чаще внедряют свои продукты в традиционные банковские услуги, в то время как стартапы, ориентированные на технологии, также входят в финансовую индустрию с беспрецедентной скоростью. По данным Crunchbase Industry Spotlight, общий объем финансирования финтех-компаний с 2010 года вырос более чем в 9 раз, и только в 2019 году было зарегистрировано 43 млрд долларов инвестиций в финтех. В частности, крупные банки, такие как Citigroup и JPMorgan Chase & Co, увеличили свои инвестиции в финтех-стартапы. Согласно недавнему отчету S&P Global, даже во время пандемии COVID-19 крупные европейские банки продолжали инвестировать в сферу финтеха, в то время как общее финансирование со стороны венчурных капиталистов сократилось.

Растущий интерес крупных банков к инвестированию в финтех-стартапы требует лучшего понимания инвестиций банков в акционерный капитал в этот конкретный тип стартапов [1, с. 434].

С одной стороны, проводимые исследования прогнозируют использование банками отраслевого опыта для повышения эффективности инвестиций в финтех. До появления многих финтех-стартапов индустриальный характер традиционных стартапов, ориентированных на технологии, может ограничивать способность банков использовать свой опыт для повышения эффективности инвестиций. С другой стороны, предыдущие исследования показывают, что инвестиции банков в основном направлены на стратегические цели, а не на получение финансовой выгоды, и конечный результат банковских инвестиций в стартапы в целом не лучше, чем у инвестиций IVC (компании независимого венчурного инвестирования) [18].

Также возможно, что традиционные банки могут стратегически приобретать доли в финтех-стартапах в качестве стратегии защиты будущего в ответ на конкуренцию в сфере инвестиций в финтех, когда крупные технологические компании становятся новыми участниками финансовой индустрии. Цель проводимого в статье исследования состоит в том, чтобы устранить противоречия между двумя гипотезами и пролить свет на мотивацию банков инвестировать в финтех-стартапы [19].

Интересное исследование было проведено в области инвестирования коммерческих банков в финтех-проекты, в котором использовались наборы данных Crunchbase для финансирования стартапов с 2000 по 2018 год в Соединенных Штатах. Также было введено ограничение выборки только инвестициями в акционерный капитал инвестора в стартап, проведено сравнение среднего инвестиционного портфеля банка с портфелем IVC. В результате было обнаружено, что около 10 % инвестиционных целей банков – это финтех-стартапы по сравнению с 6 % для IVC. Согласно теории по венчурному капиталу и финансированию предпринимателей

измерение эффективности инвестиций с использованием коэффициента выхода на IPO, которое применялось в исследовании, широко признано лучшим показателем финансовой отдачи от венчурных инвестиций [20].

В процентном выражении доля инвестиций банков в финтех-стартапы в результате IPO составляет около 10,9 % по сравнению с 3,6 % для IVC. В разных условиях после учета характеристик инвестиционного уровня и опыта инвесторов было установлено, что показатели инвестирования банков с учетом коэффициента выхода на IPO в финтех-предприятия более чем на 4 % выше, чем IVC. В то время как банки не отличаются от IVC по показателям общих венчурных инвестиций. Результаты являются экономически значимыми, поскольку средний показатель выхода на IPO во всей исследуемой выборке составляет около 7,5 %.

Результаты демонстрируют, что рост числа финтех-стартапов может открыть новые инвестиционные возможности для банков как венчурных инвесторов, и подчеркивают, что превосходные инвестиционные показатели могут быть еще одной мотивацией в дополнение к ранее задокументированным стратегическим причинам.

Чтобы лучше понять механизмы, лежащие в основе превосходства банков над IVC в инвестициях в финтех, рассматривается несколько альтернативных объяснений [22].

Во-первых, банки могут казаться более успешными просто потому, что они склонны инициировать инвестиции в более поздние и крупные сделки. Это утверждение было опровергнуто путем ограничения выборки только сделками более позднего периода и только сделками на более крупную сумму. Другими словами, высокие показатели банков вряд ли будут обусловлены их уникальными инвестиционными моделями.

Во-вторых, банки могли бы последовать примеру других успешных независимых венчурных компаний (IVC) в выборе финтех-стартапов. Чтобы изучить эту возможность, было выполнено ограничение сопоставимых показателей IVC теми, кто совместно инвестировал, по крайней мере, с одним банком как минимум в одном инвестиционном периоде «первого рукопожатия» в сфере финтеха.

Результаты остаются надежными, что свидетельствует о том, что превосходство банков объясняется не тем, что они повторяют инвестиционную модель или следуют столь же успешным инвестициям инвесторов IVC.

В-третьих, есть предположение, что отраслевой опыт банков может способствовать их более высокой эффективности в области инвестиций в финтех.

В соответствии с этим можно утверждать, что превосходство банков в основном обусловлено инвестициями в финтех-стартапы, специализирующиеся на финансовых услугах [19].

Кроме того, было выявлено, выходят ли банки за рамки простого участия в качестве инвесторов в сфере финтех-стартапов. Естественно, можно предсказать, что банки отдадут предпочтение инвестициям в финтех-стартапы, потому что они могут активно участвовать в управлении финтех-стартапами. Основываясь на приведенной подвыборке стартапов, в которые инвестировали банки и которые в конечном итоге стали публичными в США, мы сравниваем вероятность того, что банки займут место в совете директоров, станут основными акционерами или выступят в качестве андеррайтера IPO, между fintech ventures и другими стартапами в их инвестиционном портфеле [16, с. 97].

Таким образом, банки с большей вероятностью присоединятся к совету директоров финтех-стартапов, чем к совету директоров других стартапов, демонстрируя, что банки играют более активную роль в мониторинге финтех-проектов и оказании им помощи. В совокупности данные, полученные в ходе проводимого исследования, свидетельствуют о том, что банки с большей вероятностью распространяют свой отраслевой опыт на рынок венчурных инвестиций в финтех, что способствует повышению эффективности их деятельности в целом [21].

Проникновение FinTech в банковскую отрасль России было осложнено рядом причин, вызванных международной экономической ситуацией. Российская Федерация находится на третьем месте в мире по проникновению финтех-услуг в целом и на первом – по переводам и платежам. Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что процесс разработки концепции, формирования и выпуска банковского продукта на рынок включает в себя все существующие глобальные мировые тренды [22]. Для того чтобы банк был конкурентоспособным и развитым в стране и в мире, его продукты должны отвечать заданным критериям эффективности (рис. 4).

Эффективность банковского продукта	Инновационность
	Технологичность
	Экологичность
	Прибыльность
	Рентабельность
	Уровень издержек (затрат)
	Соответствие глобальным трендам
	Возможность участия в международной торговле
	Ценность для мирового банковского опыта

Рис. 4. Критерии эффективности инновационного банковского продукта

Таким образом, мировые и отечественные банковские инновации демонстрируют появление качественных технологических новшеств и

стремление кредитных организаций к формированию доверительных и долгосрочных отношений с клиентами.

Однако, к сожалению, не все инновационные решения приобретают международный характер. Поскольку эффективность линейки банковских продуктов является залогом успешной деятельности кредитной организации, проведение дальнейших исследований в области мировых банковских инноваций является очень важным вектором для научного развития.

Литература

1. *Апала С.Р.* Современные цифровые банковские продукты, операции и услуги // Таможенное администрирование и экономическая безопасность в цифровой экономике: материалы Всероссийской научно-практической конференции, Брянск, 14–15 ноября 2019 г. – Брянск, 2019. – С. 433–435.
2. *Беспалов Р.А., Денисова Н.Н.* Цифровая трансформация банковских продуктов и услуг в условиях пандемии COVID-19 // Управленческий учет. – 2021. – № 11-3. – С. 586–592. – DOI: 10.25806/uu11-32021586-592.
3. *Бочкова Е.В., Назаренко В.А.* Интернет-банкинг как современная форма банковского обслуживания // Концепт. – 2016. – № 15. – С. 826–830.
4. *Быканова Н.И., Науменко И.А., Молчанов К.В.* Тенденции развития Digital-маркетинга на рынке банковских услуг // Научный результат. Экономические исследования. – 2022. – Т. 8, № 4. – С. 88–98. – DOI: 10.18413/2409-1634-2022-8-4-0-9.
5. *Вагайцева В.П.* Проблемы классификации банковских продуктов и услуг // Тенденции развития современной науки в свете исследований молодых ученых: сборник избранных статей Международной научной конференции, Санкт-Петербург, 30 сентября 2022 г. – Санкт-Петербург, 2022. – С. 35–37.
6. *Вагайцева В.П.* Современные банковские продукты: сущность, формирование и основные направления развития // Актуальные направления научной мысли: проблемы и перспективы: сборник материалов VIII Всероссийской научно-практической (национальной) конференции, Новосибирск, 15 декабря 2021 г. – Новосибирск, 2022. – С. 52–59.
7. *Вагайцева В.П., Мышкина Д.Н., Шмырева А.И.* Некоторые аспекты цифровых банковских продуктов // Russian Economic Bulletin. – 2022. – Т. 5, № 2. – С. 235–240.
8. *Гришина Е.А.* Банковские продукты и услуги: современное состояние и перспективы развития в России // Финансы и кредит. – 2017. – Т. 23, вып. 39. – С. 2346–2360.
9. *Жукова Е.Ф.* Банковский менеджмент. – М.: Юнити-Дана, 2019. – 303 с.
10. *Ибрагимова Н.Р.* Зарубежный опыт формирования и использования современных банковских продуктов // Проблемы науки. – 2020. – № 1 (49). – С. 38–43.
11. *Крикливец А.А., Сухомыро П.С.* Понятие эффективности в экономической науке // Молодой ученый. – 2019. – № 2 (240). – С. 237–239.

12. Кудряшов В.С., Птицын Е.Ю. Перспективы развития интернет-банкинга как услуги коммерческого банка // *Juvenis Scientia*. – 2017. – № 6. – С. 18–21.
13. Лаврушин О.И. Банковские операции. – М.: Инфра-М, 2018. – 96 с.
14. Маркова О.М. Использование цифровой банковской платформы для продвижения розничных продуктов и услуг на российском рынке // *Финансовые рынки и банки*. – 2019. – № 1. – С. 51–54.
15. Платонова Ю.Ю., Бабенко Г.В. Классификация банковских продуктов и услуг // *Colloquium-journal*. – 2020. – № 12. – С. 95–99.
16. Рыжкова Т.В. Теоретические аспекты экономической оценки эффективности деятельности предприятий // *Лесной вестник*. – 2013. – № 4. – С. 201–205.
17. Швед Д.Е. О понятиях «банковский продукт» и «банковская услуга» // *Маркетинг в России и за рубежом*. – 2019. – № 1. – С. 56–64.
18. How do banks invest in fintechs? Evidence from advanced economies / L. Bellardini, B.L. Del Gaudio, D. Previtati, V. Verdoliva // *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*. – 2022. – Vol. 77. – P. 101498. – DOI: 10.1016/j.intfin.2021.101498.
19. Le T.D., Ngo Tb. The determinants of bank profitability: A cross-country analysis // *Central Bank Review*. – 2020. – Vol. 20, iss. 2. – P. 65–73. – DOI: 10.1016/j.cbrev.2020.04.001.
20. Banks' investments in fintech ventures / E. Li, M.O. Mao, H.F. Zhang, H. Zheng // *Journal of Banking & Finance*. – 2023. – Vol. 149. – P. 106754. – DOI: 10.1016/j.jbankfin.2022.106754.
21. Differences in bank and microfinance business models: An analysis of the loan monitoring systems and funding sources / M.D. Uddin, A. Shabiha, S. Mollah, M. Al Mahi // *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*. – 2022. – Vol. 80. – P. 101644. DOI: 10.1016/j.intfin.2022.101644.
22. Zeqiraj V., Sobag K., Hammoudeb S. Financial inclusion in developing countries: Do quality institutions matter? // *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*. – 2022. – Vol. 81. – P. 101677. – DOI: 10.1016/j.intfin.2022.101677.

Статья поступила в редакцию 01.02.2023.

Статья прошла рецензирование 24.02.2023.

DOI: 10.17212/2075-0862-2023-15.2.2-261-276

MODERN BANKING PRODUCTS: ANALYSIS OF DEVELOPMENT TRENDS IN RUSSIA AND ABROAD

Vagaytseva, Valeria,

Lecturer,

Department of Financial Market and Financial Institutions

Novosibirsk State University of Economics and Management,

56 Kamenskaya Street, Novosibirsk, 630099, Russian Federation

ORCID: 0000-0003-2341-2334

valeria.vagaitseva@yandex.ru

Shmyreva, Alexandra,

Dr. of Sc. (Economics), Professor,

Professor of the Department of Financial Market and Financial Institutions

Novosibirsk State University of Economics and Management,

56 Kamenskaya Street, Novosibirsk, 630099, Russian Federation

ORCID: 0000-0002-2664-9137

a.i.shmyreva@edu.nsuem.ru

Abstract

The development of new digital technologies and their active application has an impact on the relationship of credit institutions with customers in the field of availability of products and methods of services provided. Currently, the activity of banks in creating and releasing products for customers is reaching a new level thanks to the development of technologies and innovations in this area.

The research and analysis of the current directions of development in the field of development and formation of modern banking products is carried out. The object of the study is the variety of products of commercial banks, the subject of the study is the global trends of their development. Purpose of the work: analysis of trends in the development of modern and innovative banking products in Russia and abroad. Based on the purpose of the work, the main types of banking innovation processes in the world were identified, such as a banking product in new market segments, innovations such as the development of activities in new areas of the financial market, modified financial intermediation services aimed at effective asset and liability management, new methods of cash management and the use of new information technologies, new products in traditional segments of loan capital.

The line of common banking products considered in the article, as well as the study of products of a new digital and remote format, allowed us to conclude that it is necessary to develop and disseminate the existing classification of banking products. Due to the increasing number of bank product developments, their classification becomes an integral stage in their formation and subsequent release. A number of classification features and distinctions were investigated, which helped to systematize the existing groups of banking products

and identify areas for their development. The perspective of the banking sector is the transformation of the bank's products. There is automation in many banking processes and, as a result, there are modernized products and services of the bank, which have not been considered in the theoretical aspect earlier in scientific and practical works and publications.

Keywords: economics, market of banking products and services, classification of banking products, digitalization, trend, innovation, innovation process, Internet banking.

Bibliographic description for citation:

Vagaytseva V., Shmyreva A. Modern Banking Products: Analysis of Development Trends in Russia and Abroad. *Idei i idealy = Ideas and Ideals*, 2023, vol. 15, iss. 2, pt. 2, pp. 261–276. DOI: 10.17212/2075-0862-2023-15.2.2-261-276.

References

1. Apala S.R. [Modern digital banking products, operations and services]. *Tamozhennoe administrirovanie i ekonomicheskaya bezopasnost' v tsifrovoi ekonomike* [Customs Administration and Economic Security in the Digital Economy]. Proceedings of the All-Russian Scientific and Practical Conference, Bryansk, November 14–15, 2019. Bryansko, 2019, pp. 433–435. (In Russian).
2. Bespalov R.A., Denisova N.N. Tsifrovaya transformatsiya bankovskikh produktov i uslug v usloviyakh pandemii COVID-19 [Digital transformation of banking products and services in the context of the COVID-19 pandemic]. *Upravlencheskij uchet = Management Accounting*, 2021, no. 11-3, pp. 586–592. DOI: 10.25806/uu11-32021586-592.
3. Bochkova E.V., Nazarenko V.A. Internet-banking kak sovremennaya forma bankovskogo obsluzhivaniya [Internet banking as a modern form of banking service]. *Kontsept = Koncept*, 2016, no. 15, pp. 826–830.
4. Bykanova N.I., Naumenko I.A., Molchanov K.V. Tendentsii razvitiya Digital-marketinga na rynke bankovskikh uslug [Trends in the development of digital marketing in the banking market]. *Nauchnyi rezul'tat. Ekonomicheskie issledovaniya = Research Result. Economic Research*, 2022, vol. 8, no. 4, pp. 88–98. DOI: 10.18413/2409-1634-2022-8-4-0-9.
5. Vagaytseva V.P. [Problems of classification of banking products and services]. *Tendentsii razvitiya sovremennoi nauki v svete issledovaniy molodykh uchennykh* [Trends in the development of modern science in the light of research by young scientists]. Collection of selected articles of the International Scientific Conference, St. Petersburg, September 30, 2022. St. Petersburg, 2022, pp. 35–37. (In Russian).
6. Vagaytseva V.P. [Modern banking products: Essence, formation and main directions of development]. *Aktual'nye napravleniya nauchnoi mysli: problemy i perspektivy* [Current directions of scientific thought: Problems and prospects]. Collection of papers of the 8th all-Russian scientific-practical (national) conference, Novosibirsk, December 15, 2021. Novosibirsk, 2022, pp. 52–59. (In Russian).

7. Vagaytseva V.P., Myshkina D.N., Shmyreva A.I. Nekotorye aspekty tsifrovyykh bankovskikh produktov [Some aspects of digital banking products]. *Russian Economic Bulletin*, 2022, vol. 5, no. 2, pp. 235–240. (In Russian).
8. Grishina E.A. Bankovskie produkty i uslugi: sovremennoe sostoyanie i perspektivy razvitiya v Rossii [Banking Products and Services: State of the Art and the Prospects of Development in Russia]. *Finansy i kredit = Finance and Credit*, 2017, vol. 23, iss. 39, pp. 2346–2360.
9. Zhukova E.F. *Bankovskii menedzhment* [Banking Management]. Moscow, Yuniti-Dana Publ., 2019. 303 p.
10. Ibragimova N.R. Zarubezhnyi opyt formirovaniya i ispol'zovaniya sovremennykh bankovskikh produktov [Foreign experience of the formation and implementation of the modern banking products]. *Problemy nauki = Problems of Science*, 2020, no. 1 (49), pp. 38–43.
11. Kriklivets A.A., Sukhomyro P.S. Ponyatie effektivnosti v ekonomicheskoi nauke [The concept of efficiency in economics]. *Molodoi uchenyi = Young Scientist*, 2019, no. 2 (240), pp. 237–239.
12. Kudryashov V.S., Ptitsyn E.Yu. Perspektivy razvitiya Internet-bankinga kak uslugi kommercheskogo banka [Prospects of development of internet banking services as a commercial bank]. *Juvenis Scientia*, 2017, no. 6, pp. 18–21. (In Russian).
13. Lavrushin O.I. *Bankovskie operatsii* [Banking operations]. Moscow, Infra-M Publ., 2018. 96 p.
14. Markova O.M. Ispol'zovanie tsifrovoy bankovskoi platformy dlya prodvizheniya roznichnykh produktov i uslug na rossiiskom rynke [Using digital banking platforms for promoting retail products and services in the Russian market]. *Finansoye rynki i banki = Financial Markets and Banks*, 2019, no. 1, pp. 51–54.
15. Platonova Yu.Yu., Babenko G.V. Klassifikatsiya bankovskikh produktov i uslug [Classification of bank products and services]. *Colloquium-journal*, 2020, no. 12, pp. 95–99. (In Russian).
16. Ryzhkova T.V. Teoreticheskie aspekty ekonomicheskoi otsenki effektivnosti deyatel'nosti predpriyatii [Theoretic aspects of economical evaluation of the efficiency of enterprises]. *Lesnoi vestnik = Forestry Bulletin*, 2013, no. 4, pp. 201–205.
17. Shved D.E. O ponyatiyakh «bankovskii produkt» i «bankovskaya usluga» [About definitions “banking product” and “banking service”]. *Marketing v Rossii i za rubezhom = Marketing in Russia and Abroad*, 2019, no. 1, pp. 56–64.
18. Bellardini L., Del Gaudio B.L., Previtali D., Verdoliva V. How do banks invest in fintechs? Evidence from advanced economies. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 2022, vol. 77, p. 101498. DOI: 10.1016/j.intfin.2021.101498.
19. Le T.D., Ngo Th. The determinants of bank profitability: A cross-country analysis. *Central Bank Review*, 2020, vol. 20, iss. 2, pp. 65–73. DOI: 10.1016/j.cbrev.2020.04.001.
20. Li E., Mao M.O., Zhang H.F., Zheng H. Banks' investments in fintech ventures. *Journal of Banking & Finance*, 2023, vol. 149, p. 106754. DOI: 10.1016/j.jbankfin.2022.106754.

21. Uddin M.H., Akter S., Mollah S., Al Mahi M. Differences in bank and microfinance business models: An analysis of the loan monitoring systems and funding sources. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 2022, vol. 80, p. 101644. DOI: 10.1016/j.intfin.2022.101644.

22. Zeqiraj V., Sohag K., Hammoudeh Sh. Financial inclusion in developing countries: Do quality institutions matter? *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 2022, vol. 81, p. 101677. DOI: 10.1016/j.intfin.2022.101677.

The article was received on 01.02.2023.

The article was reviewed on 24.02.2023.