
Таким образом, посредством грамотной реализации денежно-кредитной политики можно обеспечить низкую инфляцию, увеличить эффективность регулирования банковской ликвидности и обеспечить развитие экономики на высоком уровне.

Список литературы

1. Федеральный закон "О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)" от 10.07.2002 N 86-ФЗ (последняя редакция)
2. Основные направления единой государственной денежно-кредитной политики на 2017 год и период 2018 и 2019 годов. URL: [http://www.cbr.ru/publ/ondkp/on_2017\(2018-2019\).pdf](http://www.cbr.ru/publ/ondkp/on_2017(2018-2019).pdf)

© О.П. Чохатрова, 2017

УДК 336.719

Р.Ш. Шабакаев

студент

Башкирский государственный университет

г. Уфа, Россия

СОВРЕМЕННЫЕ БАНКОВСКИЕ ПРОДУКТЫ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА И УСЛОВИЯ ИХ РАЗВИТИЯ В РОССИИ

Банковская система в современных условиях развития рыночной экономики подвержена огромным стрессовым воздействиям и испытывает множество проблем. Уровень развития и инновационности банковских операций российский финансово-кредитных учреждений значительно отстает от иностранных банков, особенно разница чувствуется в области реализации современных банковских продуктов. Данная тенденция обусловлена, преимущественно дефицитом ресурсной базы, высокий уровень рисков, свойственных в целом развитию экономики страны. В связи с вышеизложенным, решение проблем развития современных банковских продуктов на российской рынке, применение наиболее эффективных банковских технологий, действующих в иностранных банках, оптимизация условия развития банковских продуктов на российском рынке является особенно актуальным на современном этапе развития экономики.

Современным условиям хозяйствования присущ высокий уровень конкурентной борьбы во всех сегментах банковской деятельности. При этом роста банковской сферы сопровождается не только расширением спектра и объемов традиционных банковских продуктов, но и создание. Активным внедрением и продвижением новых современных банковских продуктов. В связи с этим коммерчески банки вынуждены постоянно пересматривать и совершенствовать состав банковских продуктов, реализуемых на рынке. Посредством активного продвижения современных банковских продуктов коммерческие банки пытаются диверсифицировать деятельность и завоевать лидерские позиции на рынке, постоянно повышая уровень конкурентоспособности.

В рыночной экономике коммерческим банкам принадлежит специфическая позиция, характеризующаяся предложением своих продуктов иным хозяйствующим субъектам экономики страны. Ориентируясь на спрос потенциальных клиентов, потребности в банковских продуктах коммерческие банки разрабатывают маркетинговую политику, приоритетным направлением которой, как правило, является создание и продвижение новых современных банковских продуктов или их с

лей продукта. При этом в банковском продукте должны найти отражение сильные и конкурентоспособные стороны деятельности банка, а также обладать уникальными качествами, отличающими банковский продукт от аналогового продукта иных банков-конкурентов. Только в этом случае в условиях высокой конкуренции коммерческий банк добьется получения высокого дохода от реализации продукта, и завоевать существенную долю рынка [1, с. 78].

Т.Ю. Васильева относит к современным банковским продуктам и технологиям следующее:

- интернет-услуги (интернет-банкинг);
- аутсорсинг в банке;
- участие банков в электронной коммерции;
- информационный киоск;

– модель взаимоотношения клиента с банком, ориентированная на клиента (реализация персональных планов обслуживания клиентов) [2, с. 226].

Правильное и эффективное использование в банковском секторе современных и инновационных банковских продуктов, преимущественно с использованием сети Интернет, позволяет значительно ускорить развитие банковского бизнеса, а также оптимизировать и совершенствовать существующие и ранее реализуемые банковские продукты. Так, активное и генерализованное построение банковских продуктов с использованием сети Интернет позволяет добиться того, что не клиент обращается в банк, а банк обеспечивает оперативное взаимодействие с клиентом, максимально оптимизируя условия предоставления услуги и повышая качество обслуживания, тем самым расширяя рынок сбыта банковских продуктов и повышая уровень конкурентоспособности.

Таким образом, современные банковские продукты и технологии можно отождествить с движущей силой развития банковской деятельности на современном рынке финансовых услуг. Данный факт является подтверждением того, что современные коммерческие банки пришли к пониманию того, что информационно-сетевые решения позволяют достичь гораздо более высокого качества, нежели ранее реализуемые банковские продукты. Иными словами современные банковские продукты позволяют обслуживать клиентов и выстраивать банковскую сеть с минимальными затратами на содерж

предприятий малого бизнеса. Так как данная отрасль экономики является одной из самых важной, то развитие в сфере помощи малым организациям поддерживается и приветствуется государством [6, с. 241].

Российские банки сильно отстают в своем развитии от банков других развитых государств. Чтобы сократить данный разрыв, необходимо внедрять новые технологии и идеи. Использование опыта зарубежных стран окажет значительную помощь в формировании и развитии российского рынка банковских продуктов. Однако основной проблемой в данной области все еще остается низкая информированность и неграмотность населения страны, поэтому необходимо проводить различные обучающие мероприятия и доносить до людей важную информацию в банковской сфере.

В качестве перспектив развития российского банковского сектора экономики Ю.А. Саушкина выделяет создание продукта, которые не имеет аналогов, - портативного электронного устройства. С помощью него будет возможно отслеживать все данные о счетах владельцев пластиковых карт, депозитах, кредитах, совершать любой перечень операций, экономя при этом значительную часть своего времени. Можно будет не беспокоиться о сохранности своих средств или взломе доступа к устройству, так как гарантируется безопасность [7, с. 271].

По мнению населения, банковские продукты и услуги должны быть быстрыми, надежными, простыми и прозрачными. Также существует потребность в круглосуточном доступе к ним [1-8]. Благодаря цифровым способам транзакций, все эти пожелания могут быть осуществимы. Но для этого необходимы инвестиции в техническое оборудование, за которыми последуют изменения в плане обращения с новыми средствами [8, с. 164].

Таким образом, можно сделать вывод, что банковские продукты по-прежнему востребованы среди как физических, так и юридических лиц. Несмотря на замедленные темпы роста указанных услуг в последнее время, тенденция их развития положительна и не внушает серьезного опасения. Мониторинг банковских продуктов позволил сделать вывод о том, что сегодня создание новых кредитных продуктов затруднительно, а речь в основном идет о новых технологиях кредитования и обслуживания заемщиков.

Список литературы

1. Бычкова, И.И. Характеристика современного потребителя банковских продуктов и услуг / И.И. Бычкова // Финансовые исследования. - 2015. - № 1 (46). - С. 76-80.
2. Васильева, Т.Ю. Современные банковские продукты и технологии / Т.Ю. Васильева // **Соврем**