

Мурзабаев Даниил Шакирович

аспирант

НОЧУ ВО «Московский университет «Синергия»

г. Москва

DOI 10.31483/r-138957

К ВОПРОСУ ОБ ОСНОВНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СВОЙСТВАХ ПРОДУКТОВЫХ ИННОВАЦИЙ В СФЕРЕ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ

Аннотация: в статье исследуются теоретические аспекты управления продуктами инновациями в сфере финансовых услуг. Цель работы заключается в создании комплексного понимания специфики продуктовых инноваций в финансовой отрасли. Для этого используются следующие инструменты: исследование ключевых понятий, сравнительный анализ принципов создания инноваций в разных отраслях экономики и обзор отечественной и зарубежной литературы.

Проведен анализ понятийного аппарата, выявлены особенности финансовых услуг как объекта инновационной деятельности. Определены отличия продуктовых инноваций в финансовом секторе от других отраслей. Предложено авторское определение продуктовых инноваций в сфере финансовых услуг с учетом современных экономических реалий Российской Федерации. Статья может быть полезна исследователям, занимающимся вопросами инновационного менеджмента в финансовом секторе.

Ключевые слова: *продуктовые инновации, финансовые услуги, банковский сектор, инновационный менеджмент.*

Для формирования целостного представления об управлении продуктами инновациями в сфере финансовых услуг необходимо прежде всего определить сущность понятия «финансовые услуги».

На основе проведенного анализа литературы предлагается следующее интегрированное определение: *финансовые услуги* – это профессиональная деятельность организаций, направленная на управление денежными потоками,

активами, рисками и обязательствами, а также предоставление продуктов для удовлетворения потребностей клиентов в сфере инвестиций, кредитования, страхования, платежей и других финансовых операций. Они включают как традиционные банковские операции, так и инновационные цифровые решения, обеспечивающие эффективное функционирование экономики.

Продуктовые инновации являются важным аспектом в ведении деятельности компаний в различных секторах экономики. Для понимания специфики продуктовых инноваций в сфере финансовых услуг необходимо проанализировать существующие подходы к определению данного понятия.

На основе проведенного анализа предлагается следующее обобщенное определение: *продуктовые инновации* – это новые или значительно усовершенствованные товары или услуги, кардинально отличающиеся от существующих аналогов за счет улучшенных функциональных или потребительских свойств и способов использования, создающие дополнительную ценность для потребителя и обеспечивающие конкурентные преимущества для компании.

Чтобы еще глубже понять специфику продуктовых инноваций в сфере финансовых услуг, логично сравнить основные черты инновационной деятельности в разных отраслях (табл. 1). Такой анализ позволит выявить общие черты и отличительные характеристики продуктовых инноваций в финансовом секторе.

Таблица 1

Сравнительная характеристика продуктовых инноваций
в различных сферах экономики

Характеристика	Производственный сектор	Сфера финансовых услуг	Телекоммуникационный сектор	Розничная торговля
Реализация	Преимущественно материальный продукт	Нематериальный характер, информационная основа	Сочетание материальных устройств и нематериальных услуг	Преимущественно материальные товары с сервисной составляющей
Влияние на экономику	Влияние на производственные цепочки, занятость, потребление	Прямое воздействие на ликвидность, кредитование, инвестиции	Влияние на занятость, цифровую трансформацию	Влияние на потребление

<i>Защита интеллектуальной собственности</i>	Патентная защита, промышленные образцы, товарные знаки	Ограниченные возможности патентования, преимущественно ноу-хау и торговые марки	Патенты на технологии, стандарты, алгоритмы	Товарные знаки, дизайн, логистические ноу-хау
<i>Регуляторные ограничения</i>	Технические регламенты, стандарты безопасности	Жесткое регулирование, необходимость соответствия нормативам ЦБ	Лицензирование, регулирование в области персональных данных	Относительно мягкое регулирование, защита прав потребителей
<i>Скорость вывода на рынок</i>	Средняя (3–5 лет)	Высокая (6–18 месяцев)	Высокая (1–2 года)	Очень высокая (3–12 месяцев)
<i>Возможность тестирования</i>	Прототипирование, опытные образцы	Пилотные проекты, А/В тестирование	Бета-тестирование, пилотные зоны	Тестовые запуски в отдельных точках продаж
<i>Степень клиентской кастомизации</i>	Ограниченнная для массового производства, высокая для индивидуального	Высокая, возможность персонализации под нужды клиента	Средняя, пакетные предложения с опциями	От низкой до средней
<i>Источники инноваций</i>	Преимущественно внутренние НИОКР, технологические партнерства	Внутренние разработки, финтех-стартапы, открытые инновации	Внутренние НИОКР, стартапы	Поставщики, анализ потребительского поведения
<i>Ключевые драйверы</i>	Технологический прогресс, новые материалы	Регуляторные изменения, конкуренция с финтех-компаниями	Технологические прорывы	Изменение потребительских предпочтений, омниканальность
<i>Барьеры для входа новых игроков</i>	Высокие капитальные затраты, технологическая сложность	Регуляторные требования, лицензирование, доверие клиентов	Высокие инфраструктурные затраты, лицензирование	Относительно низкие, зависят от масштаба
<i>Роль цифровых технологий</i>	Автоматизация производства, цифровые двойники	Фундаментальная, определяющая характер продукта	Базовая технологическая составляющая	Инструмент оптимизации и взаимодействия с клиентом

Источник: разработана автором.

Анализ таблицы 1 позволяет выделить несколько существенных особенностей продуктовых инноваций в сфере финансовых услуг.

1. Нематериальный характер финансовых инноваций, что определяет специфику их разработки, тестирования и внедрения. В отличие от производственного сектора, где инновации воплощаются в физических продуктах, финансовые инновации существуют в виде алгоритмов, процессов и ИТ решений.

2. Высокий уровень регуляторных ограничений, что создает дополнительные требования к инновационным продуктам, но одновременно может стимулировать инновации, нацеленные на соблюдение регуляторных требований (так называемые «регтех» решения).

3. Сравнительно высокая скорость вывода инноваций на рынок при относительно низких затратах на разработку по сравнению с производственным или телекоммуникационным сектором. Это связано с отсутствием необходимости создания физической инфраструктуры для каждой новой услуги.

4. Значительный потенциал персонализации и кастомизации, что позволяет разрабатывать индивидуальные финансовые продукты и услуги, адаптированные под разные потребности каждого клиента.

5. Особая роль доверия потребителей и репутационных факторов при внедрении инноваций. В финансовом секторе репутационные риски могут существенно влиять на принятие решений о внедрении инноваций.

6. Высокая значимость обеспечения информационной безопасности и защиты персональных данных, что накладывает дополнительные требования на разработку и внедрение инновационных финансовых продуктов.

Учитывая эти особенности, можно выделить ключевые признаки, позволяющие отнести определенную инновацию именно к сфере финансовых услуг:

- инновация связана с движением финансовых активов, управлением рисками или информационно-аналитическим обеспечением финансовых решений;
- инновация направлена на решение финансовых задач клиентов или компаний (сбережение, инвестирование, платежи, кредитование и т. д.);
- инновация способна напрямую влиять на экономические показатели (ликвидность, инвестиции, кредитование и т. д.)

-
- внедрение инновации требует соответствия регуляторным требованиям и высокой степени защиты данных, в частности персональных;
 - для реализации инновации требуется участие профессиональных участников рынка или создание новых форм финансового посредничества.

С учетом выявленной специфики продуктовых инноваций в финансовом секторе, предлагается следующее определение:

Продуктовые инновации в сфере финансовых услуг – это новые или значительно усовершенствованные финансовые продукты и услуги, внедренные на рынок финансовыми институтами или финтех-компаниями, основанные на применении современных технологий и бизнес-моделей, направленные на более эффективное удовлетворение существующих и формирование новых финансовых потребностей клиентов, обеспечивающие оптимизацию процессов формирования, распределения и использования финансовых ресурсов при соблюдении регуляторных требований и управлении финансовыми рисками.

Сравнительный анализ продуктовых инноваций в различных секторах экономики позволил выявить специфические характеристики инноваций в финансовой сфере, среди которых особо следует выделить прямое влияние на экономические показатели (ликвидность, инвестиции, кредитование), нематериальный характер финансовых инноваций, высокий уровень регуляторных ограничений, значимость репутационных факторов и доверия клиентов, а также критическую роль информационных технологий и обработки данных.

Выявленные особенности предопределяют специфику управления инновационной деятельностью в финансовых организациях, требуя особого внимания к вопросам регуляторного соответствия, информационной безопасности, управления рисками и формирования доверительных отношений с клиентами.

Для российского финансового сектора, функционирующего в условиях экономической турбулентности и санкционного давления, особенно актуальным является создание собственных инновационных финансовых решений, адаптированных к новым экономическим реалиям. Это требует формирования эффективной системы управления продуктовыми инновациями, учитывающей как

глобальные тенденции развития финансовых технологий, так и специфические особенности российской экономики и регуляторной среды.

Дальнейшие исследования в данной области могут быть направлены на разработку методического инструментария оценки эффективности продуктовых инноваций в финансовой сфере, формирование моделей управления инновационными процессами в условиях цифровой трансформации финансового сектора, а также изучение особенностей внедрения конкретных типов финансовых инноваций, таких как решения на основе искусственного интеллекта, блокчейн-технологий, открытых банковских API и других технологий.

Список литературы

1. Федеральный закон от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» (с изм. и доп.) // Собрание законодательства РФ. – 2006. – №31 (ч. 1). – Ст. 4.
2. Караваева Е.В. Рынок финансовых услуг и его место в структуре финансового рынка // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. – 2008. – №60 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/rynok-finansovyh-uslug-i-ego-mesto-v-strukture-finansovogo-rynka> (дата обращения: 25.05.2025). – EDN KNOMSH
3. Рахманина Н.В. Финансовые услуги, оказываемые физическим лицам в сети Интернет, как вид предпринимательской деятельности: автореф. дис. ... канд. юрид. наук / Н.В. Рахманина. – 2021. – С. 12.
4. Семилютина Н.Г. Формирование правовой модели российского рынка финансовых услуг: автореф. дис. ... д-ра юрид. наук / Н.Г. Семилютина. – М., 2005. EDN NJSRLB
5. A Primer in Financial Data Management. – Academic Press, 2017. – Pp. 271–282. – ISBN 9780128097762 [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780128097762000156> (date of request: 25.05.2025).
6. Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation. 4th Edition. The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities. OECD Publishing, 2018. 258 p.

7. К вопросу эффективности новых технологий реконструкции зданий и сооружений / Г.Я. Зейниев, С.М. Агеев, А.Н. Асайл, Б.В. Лабудин // Промышленное и гражданское строительство. – 2009. – №5. – С. 55–56. – EDN KGLRJL

8. Danneels E., Kleinschmidb E.J. (2001). Product innovativeness from the firm's perspective: its dimensions and their relation with project selection and performance. *Journal of Product Innovation Management*. No6. Pp. 357–373. DOI 10.1111/1540-5885.1860357. EDN ETXMSV

9. Загузина Е.Г. Значение продуктовых инноваций в обеспечении устойчивого конкурентного преимущества фирмы / Е.Г. Загузина, М.А. Малышева // Актуальные вопросы развития современного общества: сборник научных статей 7-й Международной научно-практической конференции (Курск, 13–14 апреля 2017 года). – Курск: Университетская книга, 2017. – С. 64–67. – EDN YMКОНН.