

**Социологическое измерение роли инновационных банковских продуктов в современном обществе**

**Научный руководитель – Корнеева Ирина Игоревна**

*Фильдяева Юлия Михайловна*

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Москва, Россия

*E-mail: juliafildaeva@mail.ru*

В современной социологии управления на передний план выходит важность изучения инноваций, искусственного интеллекта и социальных сетей. Российские банки являются одними из самых активных пользователей инноваций, и процессы внедрения новых технологий в банковскую сферу затрагивают интересы всего населения в целом.

В настоящее время подавляющее большинство клиентов банков переведены на дистанционное обслуживание. С одной стороны, в этих условиях повышаются эффективность и скорость работы, а с другой, резко возрастают риски.

Многие социологи интересовались проблемой влияния инноваций на социальную реальность, анализировали, как инновации могут конструировать эту реальность. Однако конкретно банковские инновации не выделялись в качестве объекта исследования, они являются частью других концепций, в частности, концепций экономики знания и инновационной экономики, сетевого общества, общества риска, информационного и постиндустриального общества.

В условиях развития сетевого общества развиваются банковские инновации. Банки становятся активными пользователями социальных сетей, развивают сетевое потребление продуктов и услуг [4].

Также банки выступают участниками глобальных процессов коммуникации и активно используют ее новые формы [5].

Концепция информационного общества дает объяснение еще одной важной тенденции в банковской сфере - продуктом потребления становятся знания и информация, становясь на один уровень ценности с денежными средствами.

Можно наблюдать реализацию концепции времени и пространства З. Баумана: с появлением интернет-банков и мобильного банкинга потребность в территориальной организации офисов и отделений резко снижается [1]. Например, у «Тинькофф» нет ни одного операционного отделения. А с помощью корпоративных сетей крупные банки могут управлять своими филиалами напрямую из головного офиса. Время проведения банковской операции может составлять несколько секунд, вне зависимости от размера денежной суммы.

В банковской сфере находит отражение и концепция Ж. Бодрийяра - современные деньги и товары становятся симулякром [2]. Банковская прибыль - это разница между процентной ставкой на кредиты и депозиты, то есть, эти деньги не имеют производственного обеспечения. Население, в погоне за симулякрами, приобретает ненужные кредиты на дорогие машины и телефоны, чтобы повысить значимость в глазах окружающих.

П. Бурдье выделяет четыре вида капитала в обществе - экономический, культурный, социальный, символический [3]. На первый взгляд, банковские продукты и денежные средства однозначно относятся к экономическому капиталу. Но в современном обществе они составляют также социальный и символический капитал. Денежные суммы становятся набором символов на экране. И чем многозначнее данный набор, тем больше социального влияния может иметь владелец.

В процессе изучения данной темы был выдвинут ряд гипотез:

- 1) Инновационные продукты существенно облегчают процесс коммуникаций в банковской сфере;
- 2) Пожилое население России с трудом осваивает электронное банковское обслуживание;
- 3) Дистанционное банковское обслуживание в России нуждается в доработке, в этой сфере существует множество ошибок и рисков потери средств;
- 4) Государство и Центральный Банк недостаточно эффективно управляют дистанционным банковским обслуживанием;
- 5) В банковской сфере повышается угроза безработицы, исчезновения ряда вспомогательных профессий.
- 6) Развитие региональных банковских продуктов очень сильно отстает, мелкие банки зачастую не могут себе позволить развитие дистанционного обслуживания, все ресурсы аккумулируются в руках первой десятки банков.

Условия для сохранения стабильности банковского сектора [5]:

- 1) Создание четко регламентированной законодательной базы;
- 2) Введение ряда ограничений деятельности и требований к коммерческим банкам;
- 3) Повышение квалификации всех банковских работников;
- 4) Повышение финансовой грамотности населения.

Исследования современного банковского рынка демонстрируют следующие тенденции [6]:

- 1) Эксперты уверены, что элементы искусственного интеллекта в ближайшем будущем станут обязательными для каждого банка.
- 2) Все больше клиентов переводятся на дистанционное обслуживание. С одной стороны, это решает проблему очередей и ожидания, но с другой, некоторые категории клиентов, не имеющие доступа или умения пользоваться данными услугами, остаются «за бортом».
- 3) Банки, как участники экономики, напрямую зависят от стабильности функционирования новых электронных продуктов, глобальных сетей и информационных технологий.
- 4) Практически все инновационные продукты сосредоточены в руках крупных банков, и конкурировать с ними мелким банкам на данном этапе времени представляется невозможным.

### Источники и литература

- 1) Бауман З. Текущая современность / Пер. с англ. под ред. Ю. В. Асочакова. — СПб.: Питер, 2008. — 240 с.
- 2) Бодрийяр, Ж. Симулякры и симуляция / – Перевод О. А. Печенкина. – Тула, 2013. – 204 с.
- 3) Бурдьё П. Социология социального пространства / Пер. с франц.; отв. ред. перевода Н. А. Шматко. – М.: Институт экспериментальной социологии; СПб. : Алетейя, 2007. – 288 с.
- 4) Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. — М.: ГУ ВШЭ, 2000. — 608 с.
- 5) Кастельс М. Власть коммуникации: учеб. пособие / Пер. с англ. Н.М. Тылевич (под науч. ред. А.И. Черных) — М.: ГУ ВШЭ, 2016. — 563 с.
- 6) Банковские риски: учебник / О. И. Лаврушин, Н. И. Валенцева и др.; под ред. О. И. Лаврушина, Н. И. Валенцевой – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: КНОРУС, 2014. – 296 с.

- 7) Данные рейтингового агентства «РА эксперт» - Режим доступа: [www.raexpert.ru](http://www.raexpert.ru)