

CREDITELE BANCARE CA OBIECT AL PROCESULUI INOVAȚIONAL

Victoria LISNIC,
Doctorandă, Universitatea de Stat din Moldova

ABSTRACT: Credit is a traditional banking product that determines the basic functionality of banking institutions and has a multidimensional significance. Firstly, bank credit is a bank loan, through which bank makes available to client amounts of money on a maturity, warranty and payment basis. It is based on a contract between the bank and client. The consumer of this product may be a natural person, a legal person or a state institution. Secondly, bank credit is a technology to meet a financial need expressed by the client. Thirdly, bank credit is one of the foundations for collaboration between the bank and its client. This product is provided both separately and in complex banking to customer. By developing the innovative process within commercial banks, qualities of this product can be changed, which can take different forms. The actuality of this study was determined by the need to develop bank lending practices (technologies) in Republic of Moldova. For this purpose, international experience in the implementation of innovations related to bank loans was studied. As a result, main features and directions of the innovation process in bank credit market have been identified, which will be reflected in this article.

CUVINTE-CHEIE: bancă, credit, produs bancar, proces inovațional

Introducere. Prin *procesul inovațional* în cadrul băncilor comerciale se înțelege activitatea de creare a produselor bancare, care au proprietăți de consum mai atractive față de cele existente, sau a unor produse mai calitative, care sunt capabile să satisfacă necesitățile consumatorilor potențiali necuprinse anterior, sau aplicarea unor tehnologii mai perfecte de oferire a produse bancare. [5]

Inovațiile bancare pot fi examinate ca obiect de gestiune, care reprezintă sfera managementului bancar, de rând cu alte obiecte, cum sunt activele și pasivele, și care trebuie să fie echilibrat între ele. [7]

Ele sunt elaborate și implementate în corespundere cu *politica inovațională a băncii* și reprezintă totalitatea soluțiilor manageriale, organizaționale, economice și a tehnologice, a metodelor și procedurilor, care asigură căutarea și implementarea rezultatelor cercetărilor științifice și de marketing în activitatea instituției bancare.

La momentul de față unul din factorii de bază ai succesului activității bancare a devenit politica inovațiilor permanente, ceea ce decurge dintr-un șir de premise [13]:

➤ În primul rând, relațiile băncilor cu clienții lor se bazează pe principii de parteneriat. Aceasta, în particular, înseamnă, că băncile manifestă grijă permanentă nu numai de păstrarea, dar și de mărirea capitalului clienților săi, oferind servicii noi, care, la rândul lor, contribuie la lărgirea activității economice, reducerea cheltuielilor, dezvoltarea și ridicarea profitabilității activității.

➤ A doua cauză a apariției noilor servicii bancare provine din intensificarea concurenței directe și indirecte pe piața bancară. Pentru a supraviețui în condițiile pieței este nevoie de o varietate largă de soluții financiare și individualizarea ofertelor bancare, implementarea lor într-un număr tot mai mare de activități bancare.

➤ A treia cauză este dezvoltarea unor tehnologii bancare scumpe. Anume progresul tehnico-științific, recunoscut în toată lumea în calitate de factor important al dezvoltării economice, tot mai des sunt legate de noțiunea de proces inovațional. Însă inovațiile în sfera bancară cuprind nu numai cele de natură tehnică sau tehnologică, dar și implementarea noilor forme ale business-ului, noilor metode de activitate pe piață, noilor produse și servicii, noilor instrumente financiare. Ele se caracterizează printr-un nivel mai înalt de dezvoltare tehnologică, calități de consum mai înalte față de produsele vechi.

Creditele bancare ca obiect al activității inovaționale a băncilor. În scopul promovării procesului inovațional în domeniul creditării bancare trebuie de avut în vedere următoarele noțiuni: tranzacția de creditare, operațiunea de creditare, serviciul de creditare și produsul de creditare.

Tranzacția de creditare reprezintă oformarea juridică a relațiilor de acordare a creditului bancar și este primară față de operațiunea de creditare, deoarece constituie baza desfășurării ei.

Operațiunile de creditare reprezintă acordarea (plasarea) de către bancă a mijloacelor bănești atrase și (sau) proprii din numele și contul ei în condiții de rambursabilitate, plată, termen și asigurare. [10]

Adică creditul poate fi tratat drept operațiunea, prin care se iau în stăpânire imediată resurse, în schimbul unei promisiuni de rambursare viitoare, însoțită în mod normal de plata unei dobânzi ce remunerează pe împrumutător. Această operațiune privește două părți: o parte care acordă creditul, alta care îl primește și se îndatorează. [1]

Serviciul bancar este rezultatul operațiunii bancare de creditare, adică rezultatul sau efectul pozitiv al acesteia, care în satisfacerea necesității de creditare solicitată de către client și în obținerea profitului de către bancă. Însă rezultatul procesului de creditare nu poate fi redus doar la satisfacerea unei nevoi a clientului, deoarece în relațiile cu clientul banca se prezintă ca un partener, ceea ce presupune realizarea intereselor ambelor părți ale tranzacției. [11]

Însă în vizorul procesului inovațional în cadrul băncii în cele mai dese cazuri este *produsul bancar*, care reprezintă un complex de operațiuni bancare și financiare pentru satisfacerea unei necesități anumite a clientului, care poate fi poziționat ca un serviciu bancar nou sau combinația de servicii tradiționale ale băncii, aranjate într-un lanț tehnologic, care permite soluționarea unei probleme concrete a clientului și de a satisface cererea sa în cadrul unei deserviri complexe. [4]

Produsul bancar de creditare reprezintă totalitatea serviciilor tehnologic ordonate și structurate, operațiuni unice și instrumente pentru soluționarea sarcinilor concrete ale creditării destinate satisfacerii necesităților economice omogene ale clienților și conduc la schimbări în activele funcționale ale băncii. [14]

În acest context, unii autori folosesc noțiunea de *inovații de creditare*, prin care se înțelege rezultatul final al activității inovaționale a băncii în forma unor produse de creditare. Ele sunt orientate spre satisfacerea necesităților economice și sociale ale clienților și ale societății, sunt purtătoare de anumite avantaje și sunt legate de transferul activelor investițional-financiare și acordarea informației financiare. [15]

Elaborarea și implementarea produselor de creditare, de regulă, urmăresc următoarele scopuri:

- Maximizarea profitului băncii;
- Asigurarea lichidității instituției bancare;
- Maximizarea nivelului de satisfacere a clienților;
- Îmbunătățirea calității deservirii;
- Maximizarea numărului de probleme soluționate pentru finanțarea activității clientului.

Oferta produsului bancar de creditare este una tridimensională, adică poate fi examinată prin prisma a trei aspecte de bază:

Abordarea produsului de creditare prin prisma gestiunii relațiilor dintre bancă și client este legată de un complex de concepții, proceduri, metode și activități legate de elaborarea unor produse bancare de creditare acceptabile pentru clienți și oferirea lor într-un mod reciproc avantajos.

Abordarea produsului de creditare prin prisma gestiunii proceselor tehnologice în cadrul băncii este legată de totalitatea reglementărilor, instrucțiunilor, procedurilor, algoritmilor și activităților întreprinse pentru asigurarea derulării corecte a tranzacțiilor de creditare dintre bancă și client.

Abordarea produsului de creditare prin prisma gestiunii riscurilor de creditare se bazează pe prezumția, că fiecare client potențial este capabil să folosească incorect produsul de creditare al băncii și să nu-și onoreze angajamentele asumate față de instituția bancară, ceea ce impune aplicare tehnologiilor respective de apreciere a capacităților financiare ale clientului și supraveghere a procesului de folosire a produsului de creditare.

Inovațiile recente pe piața creditelor bancare. Una din direcțiile procesului inovațional în domeniul produselor bancare de creditare este perfecționare proprietăților ofertelor bancare. De exem-

plu banca americană SunTrust, ca și alte bănci comerciale din SUA, a oferit variante noi de plăți aferente creditelor [16]:

- *Schema de plăți buy-down* – o variantă a ratei flotante a dobânzii. Există două forme ale buy-down – permanentă (se folosește rar) și temporară. În cazul buy-down permanente se prevede calcul punctelor de credit (acumulate în măsura efectuării plăților suplimentare de către client), pentru care se reduce rata dobânzii la credit. De exemplu: clientul contractează un credit în sumă de 200 mii dolari cu 7% anual și termenul de 20 ani. Dacă clientul acceptă buy-down, atunci în schimbul a 6 mii dolari depuși suplimentar rata dobânzii până la expirarea termenului creditului va fi 6,75% în locul a 7%. În cazul formei temporare a buy-down în schimbul unei plăți suplimentare clientul obține o reducere a ratei dobânzii pe parcursul unei perioade limitate de timp (de regulă pentru doi ani (așa-numitul *2-1 buy-down*) sau trei ani (*3-2-1 buy-down*)). În cazul schemei 3-2-1 buy-down pentru primul an de creditare debitorul va plăti 4%, pentru al doilea – 5%, pentru al treilea – 6%, iar în continuare până la sfârșitul termenului - 7%. Unul din avantajele schemei, constă în acordarea clienților a facilității fiscale. Particularitatea acestei scheme constă în aceea, că plata suplimentară, pentru care se calculează punctele de credit nu sunt orientate imediat, ci sunt depuși pe un cont de depozit la termen, dobânda la care se folosește pentru reducerea dobânzii la credit, iar la expirarea buy-down banca orientează depozitul pentru rambursarea creditului, iar la credit se aplică rata dobânzii prevăzută de contractul de credit.

- *Schema de plăți split loans* – această tehnică prevede divizarea creditului în două credite noi: unul cu rata fixă și altul cu rată flotantă. Creditul nou cu rata fixă va asigura „liniștea sufletească” a clientului, deoarece acesta cunoaște precis, ce sume vor fi plătite în fiecare lună. Creditul cu rata flotantă permite, în primul rând, de a profita de reducerea conjuncturală a ratelor dobânzilor de pe piață (dacă va avea lor), iar în al doilea rând, să accelereze rambursarea creditului în perioadele, când va fi disponibil numerarul suplimentar. La al doilea credit este stabilit un sistem flexibil de plăți în afara nivelului minim, astfel încât în lunile profitabile va fi posibil de a plăti mai mult, iar în cele mai puțin profitabile – mai puțin.

În combinație cu schemele descrise de plăți sunt utilizate programele: *bi-weekly payment program* și *skip a payment* [16]:

- *Bi-weekly payment program* - este destinat să reducă povara plății dobânzilor aferente creditelor (mai ales a celor ipotecare): de două ori pe an se aplică nu întreaga dobândă lunară aferentă creditului, ci numai jumătate, iar celelalte jumătăți sunt îndreptate spre achitarea sumei de bază a creditului, ceea ce conduce treptat la reducerea plăților lunare în viitor.

- *Skip a payment* – banca permite clienților de a omite periodic plățile lunare, însă astfel de omiteri creează în mod automat situația *interest short* – a neajunsului de mijloace pe contul de credit pentru amortizarea datoriei procentuale, care în mod automat lansează mecanismul de calcul a penalităților.

Specialiștii în domeniul abordat au trasat următoarele direcții de bază ale evoluției tehnologiilor bancare în domeniul creditării [2], [8]:

- *Înlocuirea consultanților bancari cu roboți*. Comunicarea personală a clientului cu un lucrător al băncii devine un lux accesibil doar clienților VIP. Treptat ea va fi înlocuită, de fapt, cu comunicarea clientului cu sistemul informațional al băncii într-o formă confortabilă pentru consumatorul produselor bancare. Din altă parte, această inovație va permite asistența financiară permanentă a clientului și-i va ajuta, de exemplu, să se abțină de la cumpărături spontane, negândite, prin informarea lui de către consultantul digital a informației cu privire la înrăutățirea stării finanțelor personale în cazul efectuării cumpărăturii, care nu este vital necesară.

- *Obținerea creditelor prin rețelele sociale*. Unele companii de acum lucrează sunt dispuse să ofere servicii similare. Se presupune, că treptat creditarea bancară prin rețelele de socializare va deveni ceva obișnuit.

- *Obținerea creditului prin apelarea la crowdsourcing*. Noțiunea *crowdsourcing* (în sens direct din limba engleză – gloată financiară) înseamnă atragerea la soluționarea anumitor probleme

ale activității inovatoare de producție a unui cerc larg de persoane pentru utilizarea capacităților lor de creație, cunoștințelor și experienței după schema de subantrepriză în bază benevolă cu aplicarea tehnologiilor infocomunicaționale. Cu alte cuvinte, crowdsourcing este când la soluționarea unei probleme anumite se atrage un grup de persoane în regim online, care poate întruni mii de oameni. [9]

- *Transformarea instituțiilor de creditare în companii tehnologice.* Aplicarea algoritmilor speciale va transforma instituțiile de creditare în companii tehnologice. O parte substanțială a lucrului legat de analiza datelor clienților și starea pieței financiare va fi efectuată de programe speciale.

- *Digitalizarea serviciilor bancare,* între care o popularitate tot mai mare a căpătat-o creditele online. Acest produs de creditare are o cerere mare, deoarece conformarea lor nu este complicată, iar pentru obținerea lor nu este nevoie de confirmarea documentară a veniturilor solicitantului. Datorită apariției acestui produs acces la creditare au obținut clienții, care nu au un loc oficial de muncă, însă au un venit stabil și înalt. [3]

Băncile au propus această ofertă pieței retail prin posibilitatea conformării creditelor în multe rețele comerciale mari pentru procurarea mărfurilor fără a vizita oficiul băncii. De asemenea, este posibilă obținerea creditului în formă de numerar. În unele bănci occidentale astfel de credite pot fi primite în aceeași zi. [12]

- *Externalizarea (outsourcingul) în cadrul tehnologiilor bancare de creditare,* care reprezintă procesul transmiterii depline sau parțiale de către bancă a anumitor etape a procesului de creditare a către o parte (organizație) terță, care devine executorie a anumitor servicii sau a business-procesului în întregime. [6] În calitate de subiecte, care pot presta băncilor servicii de outsourcing și pot fi incluse:

- *Brokerii de credite* sunt intermediari financiari dintre bănci și debitori și au un rol important pentru bănci în atragerea clienților. Un număr mare al clienților este asigurat de către „generatoarele de cereri” în rețeaua Internet, ceea ce este mult mai ieftin pentru bănci față de canalele proprii de vânzări.
- *Dealerii de credite* sunt reprezentanții saloanelor auto, firmelor turistice ș.a. Acești intermediari de creditare prestează servicii de consultare și servicii de asistență a tranzacției de creditare, însă spre deosebire de brokerii de credite ei, de regulă, promovează intereselor anumitor bănci. Debitorului potențial i se propune să oformeze creditul pe loc și să obțină îndată toate comentariile managerului competent.
- *Birourile de istoriile de credit* sunt persoane juridice specializate în colectarea și prelucrarea informațiilor privind istoriile de credit, precum și prezentarea rapoartelor aferente.
- *Agențiile de colectare* în mare parte sunt organizații afiliate structurilor bancare, care încep deservirea creditelor chiar de la începutul interacțiunii cu debitorii potențiali, adică de fapt lucrează cu serviciul de securitate a băncii și analiștii creditari în procesul pregătirii deciziei de eliberare a creditului.
- *Fee-developerii* sunt companiile specializate, care efectuează activitatea subdiviziunilor de lucru cu activele problematice și care se ocupă de vânzarea patrimoniului gajat pe piața deschisă.

Concluzii. Creditele bancare, deși sunt produse bancare tradiționale, existând într-o multitudine de forme, reprezintă un obiect important al procesului inovator în băncile comerciale. Experiența internațională cunoaște o anumită gamă de inovații pe piața creditelor bancare, unele din ele constituind o oportunitate de dezvoltare a activității bancare respective din Republica Moldova.

Bibliografie:

1. Daschievici Anișoara Niculina, Creditul – principalul produs al băncilor, <http://steconomiceuoradea.ro/anale/volume/2005/finante-contabilitate-banci/61.pdf>
2. Luchian Ivan, Filip Angela. Perspectivele internaționale ale procesului inovator în băncile comerciale. Revista „Intellectus” (B), nr. 4/2016, p. 52-56

3. Банковские кредиты онлайн, <https://filkos.com/credit-cashspravka/bankovskie-kredity-onlajn.html>
4. Банки и банковское дело, http://mobile.studme.org/1494080719733/bankovskoe_delo/innovatsii_bankovskoy_sfere
5. Викулов В.С., Инновационная деятельность кредитных организаций, <http://www.bizeducation.ru/library/management/innov/vikulov.htm>
6. Горевский А.С., Аутсорсинг в банковских кредитных технологиях, <http://cyberleninka.ru/article/n/autsorsing-v-bankovskih-kreditnyh-tehnologiyah>
7. Зверев, О. А. Банки и организационно-управленческие инновации, <http://naukarus.com/banki-i-organizatsionno-upravlencheskie-innovatsii>
8. Каким будет банк в будущем – тренды банковских технологий, http://bankivonline.ru/blog/trendy_bankovskikh_tekhnologij/2014-12-26-60
9. Краудсорсинг, <https://ru.wikipedia.org/wiki/Краудсорсинг> Кредитные операции банка, их классификация, <http://www.zavtrasessiya.com/index.pl?act=PRODUCT&id=1772>
10. Кредитная услуга, http://textbook.news/bankovskoe-delo_784/kreditnaya-usluga.html
11. Недилько Александр, Интернет-кредитование: миф и реальность, <http://www.web-standart.net/magaz.php?aid=3624>
12. Просалова В. С. Никитина А. А., Понятие банковских инноваций и их классификация, <http://naukovedenie.ru/PDF/40evn113.pdf>
13. Суходоева Л.Ф., Мудрак А.А., Банковский и кредитный продукт как инновационный термин, фокусирующий клиентоориентированный подход к его экономическому содержанию, <https://bgscience.ru/lib/4492/>
14. Тимофеева Ю.С., Езангина И.А., Кредитные инновации как фактор повышения конкурентоспособности российских банков, <http://publikacia.net/archive/2016/1/3/38>
15. Характерные черты современных банковских продуктов, <http://topknowledge.ru/bankop/4113-kharakternye-cherty-sovremennykh-bankovskikh-produktov.html>