

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

О.Н. Казакова

Научный руководитель Е.К. Чиркунова

В настоящее время актуальность исследования данной темы обусловлена тем, что все сферы финансовой деятельности подвержены внедрению инновационных технологий, которые способствуют улучшению функционирования компаний и отраслей. Банковская деятельность является одной из ведущих отраслей, которая быстро внедряет новые разработки и успешно их применяет в процессе функционирования своей деятельности, тем самым привлекая в свою отрасль все больше потенциальных потребителей банковских услуг.

Основной целью исследования является выявление цифровых технологий и их влияния на банковскую деятельность.

Под термином «цифровые технологии» как правило, понимают совокупность технологий и разработок, которые способны обеспечить рост и конкурентоспособность сфер жизнедеятельности.

Цифровая трансформация – основанная на применении цифровых технологий преобразование структур, форм и способов производства, изменение целевой направленности деятельности, обеспечивающих изменение производимых свойств услуг или продуктов или создание новых услуг или продуктов для получения новых возможностей.

Современной тенденцией экономического развития является глобализация всех процессов, что порождает появление новых бизнес моделей и изменение основных финансовых сфер, таких как экономика и менеджмент. Дальнейшее проникновение цифровых технологий – одна из характерных особенностей современного глобального мира. Таким образом, цифровизация – процесс объективный, неизбежный и остановить его невозможно [1].

Постоянно растущая конкуренция среди коммерческих банковских учреждений не просто заставляет банки использовать большее количество рекламы, но и полностью менять концепцию маркетинга. Повышение лояльности постоянных клиентов и привлечение новых зависит от степени использования современных методов стимулирования продаж, связанных с развитием цифровых технологий. Достижения в области информационных технологий и следование коммерческим банком той или иной маркетинговой концепции тесно взаимосвязаны. Цифровая экономика включает в себя не только глобальный интернет – маркетинг, но и электронную коммерцию как особый вид торговли неосязаемыми товарами, услуги удаленного пользования и дистанционную работу [3].

Использование цифровых технологий в банковском маркетинге сводится к стандартным и инновационным формам продвижения банковской услуги. К стандартным формам маркетинга можно отнести медийную и контекстную рекламу, передаваемую через глобальную сеть Интернет. Медийная реклама включает в себя баннерную рекламу в Интернете. Она считается наиболее часто используемой банковскими учреждениями, так как ее эффективность возможно отследить по числу кликов на баннер, по числу переходов на сайт банка, представляющего данный баннер [2].

Цифровизация несет серьезные изменения на осуществление тех или иных процессов в банках, которые сегодня проходят процесс трансформации по всему миру. Быстро растет объем рынка мобильных и бесконтактных платежей, P2P сервисов, цифровых валют и пр. Банки исследуют возможности применения технологий блокчейн и пр.

Клиентоцентричность, персонализация предложения, мобильность – ключевые составляющие концепции цифрового банка. Для эффективной их реализации нужно решать задачи, которые будут направлены на клиентские предпочтения, а также на внедрении инноваций, поддерживающих лояльность клиентской базы. Для поддержания инновационного ритма банку необходима

гибкость, которую может обеспечить Agile-культура – как в разработке решений, так и в архитектуре построения ИТ – систем.

Новые цифровые продукты банка все чаще создают собственные digital-команды, объединяющие компетенции бизнеса, ИТ и маркетинга.

Несмотря на растущие темпы цифровизации, полностью цифровых банков на российском рынке пока единицы. Причина некоторого торможения – огромное количество систем, определяемые спецификой каждого конкретного банка, а также жесткими регламентами.

Еще одной немаловажной проблемой в банковской деятельности в эпоху цифровых технологий является трудности управления технологическими ресурсами, которые представляют собой беспорядочное нагромождение систем, платформ, программного обеспечения и инструментов, многие из которых уже морально устарели и требуют для обеспечения бесперебойной работы значительных ресурсов и капитала.

Для того чтобы провести необходимые изменения в банках и повысить эффективность деятельности с минимальными перебоями в работе внутренних систем, ИТ-директорам необходимо обеспечивать совместимость новых технологических решений, приобретаемых у разных внешних поставщиков. Это, в свою очередь, может потребовать дальнейшего увеличения ИТ-бюджетов в банках. Так, по подсчетам агентства Gartner, в 2018 году мировая банковская отрасль потратила 519 млрд. долл. США на развитие информационных технологий, что на 4,1% больше, чем в 2017 году, когда сумма ИТ-расходов банков составила 499 млрд. долл. США [4].

Цифровизация ключевых процессов в банке, будь то продажи новых продуктов или сервисное обслуживание в отделениях, позволяет сократить их стоимость на 40–60%. Клиентский опыт также улучшается за счет сокращения времени, необходимого для получения продукта или услуги, количества документов и контактов клиента с банком. Цифровые технологии повышают скорость и удобство оказания финансовых услуг, что способствует укреплению отношений банков со своими клиентами и партнерами.

Сегодня наблюдаются существенные различия в уровне технологического развития российских банков. Крупнейшие банки, располагающие компетентными кадрами и амбициозными руководителями, щедро инвестируют в цифровые технологии и извлекают выгоду из их применения благодаря эффекту масштаба. Это относится, например, к Сбербанку, который вкладывает средства не только в централизацию и модернизацию ИТ-платформы, но и в развитие инновационных разработок с прогнозируемым объемом оборота в 65 трлн. руб. к 2025 году.

Большинство банков отмечают, что не находят на рынке подходящего программного обеспечения, в связи с чем рассматривают в том числе и зарубежные платформы. Крупные банки заинтересованы в максимизации конкурентного преимущества при цифровизации.

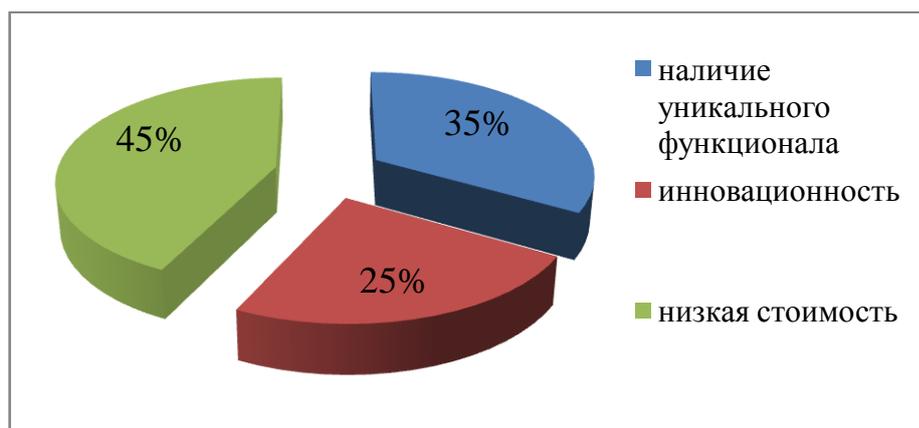


Рис 2. Факторы перехода на новые цифровые решения в 2018 году [5]

Исходя из представленного рисунка, 15% опрошенных банков нацелены на замену применяемых решений. Это связано с такими факторами, как наличие уникального функционала, инновационность (отражающая самые перспективные технологические тренды), а также невысокая (относительно) стоимость нового продукта, 85% отмечают также, что планируют развитие уже внедренных продуктов.

Таким образом, в последующие годы банкам предстоит решать различные задачи, связанные с регулированием, устареванием систем,

развитием прорывных технологий и бизнес-моделей, повышением конкуренции и требований со стороны клиентов, обеспечивая при этом реализацию новых стратегий устойчивого развития.

Список использованных источников

1. Авдеева И.Л. Возможности цифровой экономики для развития банковского бизнеса в России журнал «Вестник общественных наук», 2017 – с. 1-13
2. Гончарова К.В. Использование цифровых технологий в банковском маркетинге, 2017 – с. 174-178.
3. Понятие и сущность банковского маркетинга. URL: https://studme.org/32143/marketing/bankovski_y_marketing (дата обращения: 10.11.2018).
4. Прогноз и перспективы развития банковского сектора URL: <https://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/financial-services/articles/gx-banking-industry-outlook.html>
5. Цифровая трансформация российских банков URL: <http://www.tadviser.ru/index.php>.

БЛОК-ЧЕЙН В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Д.В. Канарев

Научный руководитель Е.Н. Кононова

Сейчас много шума вокруг цифровой экономики. Президент и председатель правления ПАО «Сбербанк России» Герман Греф в каждом втором своём выступлении произносит слова блокчейн, big data, agile и т.п. Чем же цифровая экономика отличается от привычной нам, классической?

Вся цифровая экономика построена на таком понятии как «Блок-чейн» (англ. Blockchain) и неразрывно с ним связана. Блок-чейн – это цифровая,