

## INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN THE BANKING SECTOR

**Kuvshinova T.O. (Russian Federation)**

**Email: Kuvshinova514@scientifictext.ru**

*Kuvshinova Tatyana Olegovna - Master of economic Sciences,  
DEPARTMENT OF WORLD ECONOMY AND ECONOMIC THEORY,  
FACULTY OF ECONOMICS AND MANAGEMENT,  
VOLGOGRAD STATE TECHNICAL UNIVERSITY,  
VOLGOGRAD*

**Abstract:** *the relevance of this work is due to the fact that in the current economic situation, credit institutions face a huge problem of overcoming specific adverse conditions through the use of effective measures. There is a need of development of methods of innovative activity. In this light, the measures taken are one of the main elements of the change, with the aim of modifying the ownership structure, deserves special consideration.*

*In our time, the world banking system is going through a stage that is conditioned by the conditions of heightened competition and crisis phenomena in the financial markets. The policy of constant innovations is one of the main indicators of positive development of banking activity. At the present stage, innovations are the key moments of competitiveness, stability and constant economic growth of banks.*

**Keywords:** *bank activities, banking operations, financial management, senior Vice President of the Bank, major private banks, economic growth, the end result of innovation, daily banking operations, a set of new banking operations.*

## ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ

**Кувшинова Т.О. (Российская Федерация)**

*Кувшинова Татьяна Олеговна - магистр экономических наук,  
кафедра мировой экономики и экономической теории, факультет  
экономики и управления,*

*Волгоградский государственный технический университет,  
г. Волгоград*

**Аннотация:** *актуальность данной работы обусловлена тем, что в нынешней экономической обстановке перед кредитными организациями стоит огромная проблема преодоления конкретных неблагоприятных условий путем применения эффективных мер. Возникает потребность освоения методов инновационной деятельности. В этом свете предпринимаемые меры являются одним из основных элементов изменения ставящие целью модификацию структуры собственности, заслуживают особого рассмотрения.*

*В наше время мировая банковская система проходит этап, который обуславливается условиями обостренной конкуренции и кризисных явлений на финансовых рынках. Политика постоянных нововведений является одним из основных показателей положительного развития банковской деятельности. На современном этапе инновации выступают как ключевые моменты конкурентоспособности, стабильности и постоянного экономического роста банков.*

**Ключевые слова:** *деятельность банка, банковские операции, финансовый менеджмент, старший вице-президент банка, крупнейшие частные банки, экономический рост, конечный результат инноваций, ежедневные банковские операции, совокупность новых банковских операций.*

#### 1. Катализатор банковской деятельности - банковские инновации

Сегодня возможно выделить три основных катализатора банковской инновационной деятельности:

- глобализацию мировых финансовых рынков и рынков банковских услуг,
- возрастающую конкуренцию со стороны банковского и не банковского секторов,
- мировой финансовый кризис.

В формулировке «Банковская инновация» имеется много смысла. Профессор И. Т. Балабанова, считает, что «Банковская инновация — это реализованный в форме нового банковского продукта или операции конечный результат инновационной деятельности банка», а под инновационной деятельностью понимается при этом «системный процесс создания и реализации инноваций». Схожие взгляды на данный вопрос упоминают в своих трудах и другие исследователи: Е. А. Золотова, А. В. Калтырин, В. С. Викулов, П. В. Семикова. О. И. Лаврушина высказывает свою точку зрения, «Банковская инновация, или совокупность новых банковских продуктов и услуг, — это синтетическое понятие о деятельности банка, направленное на получение дополнительных доходов в процессе создания благоприятных условий формирования и размещения ресурсного потенциала при помощи внедрения нововведений, содействующих клиентам в получении прибыли».

Проведя анализ всех высказываний, появляется определенный вывод, банковская инновация — это завершающая фаза научно-технической деятельности банка, приобретающая «новую жизнь», реализовавшись в виде улучшенного или абсолютно нового продукта, или услуги, несущей в себе цель, максимально удовлетворять потребности клиентов или же стимулировать появление новых в процессе управления ресурсным потенциалом банка [1, с.18-20].

Из этого суждения возникает вопрос: что является двигательной силой банка, что может мотивировать их отклоняться от уже отработанных

методов ведения бизнеса? Что или кто? На поверхности всего лежит ответ — постоянно изменяющиеся человеческие потребности и новая жизненная реальность. Что нового произошло для нас в этом столетии?! Скорость! Видимое стремление всегда быть впереди планеты всей и отсутствие желания того, чтобы сервисы, гарантирующие нам высокое качество жизни, отставали. Ценность представляет то, чтоб они не просто шли с нами рука об руку, но и давали фору! Все это останется неизменно до тех пор, пока товарно-денежные отношения будут преобладать в нашей жизни. Сегодня на банки возлагаются все новые и новые ожидания, а потребитель, конечно же, выбирает тот банк, где все его пожелания удовлетворяются.

Что же требует клиент от современного банка? Эксперты Bain & Company провели исследование потребителей и смогли выделить следующие потребности:

1. Дабы найти информацию об услугах и продуктах банка, пользователь ни должен испытывать никаких трудностей.

2. Сформировать такие взаимоотношения между банком и клиентом, в которых сотрудники банка смогли бы осуществлять помощь в абсолютно любое время — по интернету, телефону или непосредственно в отделении.

3. Обеспечить оформление услуги или продукта самым комфортным образом: например, начав оформлять платеж на мобильном устройстве, завершить транзакцию с компьютера.

4. Усилить контроль стоимости услуг/продуктов и уровнять ее по всем каналам.

5. Сделать так, чтобы банковские счета являлись достигаемыми с разных устройств.

6. Облегчить проводимость большей части ежедневных банковских операций по цифровым каналам.

7. Осуществлять посредством смартфона денежные переводы, покупки, платежи.

8. Операции следует проводить более безопасным, дешевым и быстрым путем.

9. Усовершенствовать обратную связь с банком, чтоб она стала доступной и простой, а реакция на нее — оперативной (в том числе в социальных сетях).

Из этого следует, что банки не могут идти ни по какому больше пути, кроме инновационного [2, с. 311].

## 2. Digital в банке— что это?

Возьмем для рассмотрения ряд инноваций в банковской сфере. Наиболее крупные банки России делают упор на развитие удаленных сервисов, переводят бизнес в digital-сферу. Суть термина диджитализации — это скорость; прозрачность процессов и простота взаимодействия.

Это является наиболее комфортными условиями для клиентов, и в тот же момент выгодно и полезно для банков, у которых, благодаря этому,

сокращаются административно-хозяйственные траты, — отмечает директор департамента по стратегии и маркетингу СМП Банка Алексей Илющенко. — В скором времени АТМ и терминалы будут оставаться лишь на периферии, банковские отделения станут заниматься сложными продуктами или будут местом для проведения всевозможных мероприятий с клиентами, рутинные операции будут выполняться все меньше и меньше.

Как раз только digital-среда сможет увеличить нужный объем предлагаемых услуг банка клиентам. Сегодня для нас становится главной задачей отыскать тот правильный путь, который позволит решить конкретные задачи, придумать свой или использовать, созданный и прекрасно опробованный другими технологический приём. Ключевым осознанием является то, что бизнес и IT необходимо объединить. Например, расходы Сбербанка на IT в 2018 году составили около 65 млрд рублей, в 2019 году они выросли на треть.

### 3. Digital в банке— как применяется

Некоторое время назад, благодаря появлению смартфона, была выявлена тенденция, связанная с перемещением контента и сервисов на мобильные платформы. Что получилось из данной тенденции, возможно отследить на каждом шагу:

- банковские мобильные приложения,
- приложения СМИ,
- коммунальные услуги,
- заказ продуктов,
- покупка билетов в кино.

Не менее яркий пример - разработка нового сервиса. Например — мобильное приложение «Мой брокер» для инвестиций на биржевых площадках от ФГ БКС. От первой версии, выпущенной 27 декабря прошлого года, обновленный сервис отличается интерфейсом и линейкой доступных продуктов. Сегодня пользователь программы может торговать не только российскими, но и американскими акциями, а также фьючерсами на индексы и сырье, валютными парами и облигациями. БКС дает обещание внести в список активов еврооблигациями, ПИФаами и структурные продукты [3, с.107].

Самые крупные частные банки, среди которых СМП Банк, банк «Открытие», Росбанк, Бинбанк, МДМ Банк в 2018 году предоставили пользователям возможность оплаты товаров/услуг со смартфонов путем технологии NFC.

Технология NFC (Near Field Communication — «коммуникация ближнего поля») делает ваш смартфон виртуальной банковской картой.

А так же, в digital-сфере появилась мода разработки мессенджеров, как новых каналов обслуживания, но на самом деле банки занимаются тем, что улучшают свой базовый продукт в digital, как мы и увидели на примере банка БКС. Как показывает практика, это совсем не плохо, т.к. большое

количество интернет - и мобильных банков пока не позиционируют себя как идеальные. К сожалению, не все операции возможно проделать клиентам в удаленных каналах, не все из доступных реализованы понятно и удобно. Но как и везде есть свои исключения. Однако, даже у самых продвинутых есть колл-центры, где работают живые люди, так как не достаточно полностью автоматизированных ботов, дающих ответы на определенные вопросы. И кто-то должен ответить клиенту, если вопрос не закрывается ботом. Ответить быстро и довести вопрос до нужного решения. Стартапы активно превращают это в мейнстрим в обслуживании, но для банков такой подход пока в новинку. То есть, мессенджер — это удобный канал для взаимодействия банков с клиентами [4, с.106-121].

В digital существует канал, позволяющий общаться клиентам между собой и банком. Чаты — это онлайн-канал общения банка с клиентами, в идеале — обмен мгновенными сообщениями, вопрос — ответ. То есть чаты по сути колл-центр, а часть работы при этом можно переложить на ботов, специальные программы, выполняющие автоматически и/или по заданному расписанию какие-либо действия через те же интерфейсы, что и обычный пользователь.

Второй путь развития чатов — сервис для проведения операций. На рынке уже развиты технологии, где прямо в чате можно переводить друг другу деньги, при этом в чате общаются не только с банком, но и с друзьями. Многие банки приветствуют более неформальное общение в чате, чем через колл-центры, здесь уместна культура онлайн-среды: смайлики, сокращения, «приветики», «чмоки».

#### 4. Big Data в банке

Маркетинг в банке выполняет немаловажную роль. Маркетологи обрабатывают колоссальный объём информации, разделяют клиентов на определенные группы, для которых в будущем и прорабатывается продукт. Big Data или большие данные — это технологии, позволяющие за короткие сроки производить обработку огромных объемов данных. Большие данные определяются отнюдь не только огромнейшим объёмом — а счёт в базах идёт на миллионы гигабайт, — но также особой, хаотичной структурой, перед которой пасует традиционная математика. Вот «живой» пример, банк HSBC внедрил технологии больших данных в перечень решения проблем противодействия мошенничеству с кредитными картами. Результатом стало повышение эффективности отдела по выявлению случаев мошенничества в четыре раза, а точность его выявления в десять раз. В первый месяц работы технологии, работники службы безопасности HSBC рассекретили новые криминальные группы и схемы с общим потенциальным ущербом более 10 миллионов долларов [5, с.12-19].

#### 5. Блокчейн в банке

Имеется информация, предназначенная к хранению в свободном доступе для заинтересованных лиц. Данное место хранения должно быть легкодоступно. И, тогда были разработаны блокчейны. Это технология публичного хранения любой информации (например, финансовых записей), сам математический принцип организации которого защищает информацию от изменения «задним числом», или подделки. Например, если вы просто выложили файл в интернете на свой сервер, вы можете в какой-то момент внезапно для окружающих изменить его содержимое. С хранением файла в блокчейне — это технически не возможно. Блокчейн — это гроссбух, который могут просматривать и использовать все заинтересованные стороны, но при этом не одна из них не может контролировать его или изменять ранее внесённые записи. Новая запись, например, — перевод денег, покупка акций, иная сделка — вносится в дополнение к существующим, которые выстраиваются в хронологическую цепь, начиная с самой первой транзакции. Вся цепочка целиком, собственно блокчейн, хранится одновременно на сотнях или тысячах компьютерах [6, с.57-59].

Банки мирового масштаба, такие как, Goldman Sachs, JP Morgan, Credit Suisse и Barclays, уже объединились в консорциум R3 для пристального изучения работы блокчейна. К концу ноября 2019 года консорциум насчитывал около 20 крупнейших банков мира.

#### 6. Развитие интернет-технологий

Розничный банкинг следует к цифровым технологиям уже сегодня. Это неразделимо с глобальным развитием широкополосного мобильного Интернета и общедоступностью мобильных устройств и приложений. Изучая результаты исследования, можно сделать вывод, что в этом году большая часть банковских розничных операций прошла через мобильные и онлайн-каналы. И если объединить этот результат с использованием банкоматов, то доля «цифровых» банковских операций превысит 80 %, а в ближайшем будущем — 90 %.

Успешные транзакции с использованием интернета (например, система дистанционной оплаты счетов или даже базовые функции мобильного приложения) зачастую воспринимаются положительно у клиентов. Наряду с тем, банки, не обладающие цифровыми услугами, имеют риск утратить лояльное отношение своих клиентов [7, с.23-30]. Но хочется заметить, что таких банков сейчас осталось единицы.

На сегодняшний день мировые банки повсеместно вынуждены внедрять новейшие интернет-продукты и услуги, в противном случае риск потерять свою нишу на рынке растёт. Занять ее всегда стремятся компании, ориентированные на нишевые сегменты. Эксперты Bain делают вывод о том, что в банковском бизнесе происходит то, что уже произошло с музыкой, путешествиями и ритейлом, а именно — вытеснение традиционных форматов онлайн.

Многие руководители банков соглашаются, что настало время перемен, но все же однозначно нет осознания, что прежнее устройство уже не вернуть. Подкреплять иллюзии помогает то, что клиенты старшего поколения к перемене банка негативно настроены. В то время как молодежь, выбирая банк, пристально следят за наличием обновления мобильных и онлайн-сервисов.

#### Резюме

На данном этапе развития нашей страны, необходимо понимать насколько сильный разрыв жизненного уклада существует среди граждан, проживающих в мегаполисах и жителями отдаленных районов, деревенской глубинки. Там люди получают зарплату наличными, ими же и расплачиваются. Конечно, интернет со временем придёт и туда, но человеческий менталитет изменить сложно. И этому сегменту населения ещё долго необходимо будет человеческое общение для проведения сделки. И получается, что для нашей страны, идущей вперёд к Digital-среде, придётся соединять в себе инновационные технологии и традиционные, для того чтобы приобрести новых клиентов и не потерять старых [8, с. 42-47].

#### *Список литературы / References*

1. Банки и банковское дело / Под ред. д.э.н., проф. И.Т. Балабанова. СПб: Питер, 2011. С. 18-20.
2. Банковский менеджмент. Учебник / Под ред. д.э.н., проф. О.И. Лаврушина. 3-е изд., перераб. и доп. М.: КноРус, 2013. С. 311.
3. Бляхман Л.С. Введение в менеджмент. СПб.: Издательство Санкт-Петербургского университета экономики и финансов, 2005. С. 107.
4. Викулов В.С. Концептуальный подход к разработке инновационной стратегий коммерческого банка // Финансовый менеджмент, 2014. № 5. С. 106–121.
5. Викулов В.С. Типология банковских инноваций // Финансовый менеджмент, 2014. № 6. С. 12–19.
6. Деятельность коммерческих банков: Учеб. пособие / Под. ред. А.В. Калтырина. 2-е изд., перераб. и доп. Ростов н/Д: Феникс, 2015. С. 57-59.
7. Золотова Е.А. Современная ситуация на рынке потребительского кредитования в Ставропольском крае // Финансы и кредит, 2017. № 32 (272). С. 23–30.
8. Семикова П. Банковские инновации и новый банковский продукт // Банковские технологии, 2019. № 11. С. 42–47.