

### **Библиографические ссылки**

1. Занятость населения (по данным выборочного обследования домашних хозяйств в целях изучения проблем занятости населения) // Национальный статистический комитет Республики Беларусь : сайт. URL: [https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnaya-sfera/trud/operativnaya-informatsiya\\_8/](https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnaya-sfera/trud/operativnaya-informatsiya_8/) (дата обращения: 10.05.2021).

УДК 336.012.23

## **ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОГО БАНКИНГА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ**

**Ю. А. Башкирова**

*студентка, Полоцкий государственный университет, г. Новополоцк,  
Республика Беларусь, e-mail: [17fk.bashkirava.y@pdu.by](mailto:17fk.bashkirava.y@pdu.by)*

**Научный руководитель: И. А. Строганова**

*старший преподаватель, кафедра учета, финансов, логистики и менеджмента,  
Полоцкий государственный университет, г. Новополоцк, Республика Беларусь,  
e-mail: [i.stroganova@psu.by](mailto:i.stroganova@psu.by)*

В статье рассмотрены основные тенденции развития цифрового банкинга и соответствие их мировым трендам и запросам клиентов, изучены пути трансформации некоторых современных банков, а также выявлены направления совершенствования банковской деятельности для удовлетворения потребностей молодого поколения Z.

**Ключевые слова:** цифровые технологии; цифровой банкинг; бизнес-экосистемы; цифровая трансформация.

## **DIGITAL BANKING DEVELOPMENT TRENDS AT THE MODERN STAGE**

**Yu. A. Bashkirova**

*Student, Polotsk State University, Novopolotsk, Republic of Belarus,  
e-mail: [17fk.bashkirava.y@pdu.by](mailto:17fk.bashkirava.y@pdu.by)*

## Supervisor: **I. A. Stroganova**

*Senior Lecturer, Department of Accounting, Finance, Logistics and Management,  
Polotsk State University, Novopolotsk, Republic of Belarus,  
e-mail: [i.stroganova@psu.by](mailto:i.stroganova@psu.by)*

The article examines the main trends in the development of digital banking and their compliance with global trends and customer requests, examines the ways of transformation of some modern banks, and identifies areas for improving banking activities to meet the needs of the younger generation Z.

**Keywords:** digital technologies; digital banking; business ecosystems; digital transformation.

Современная экономика и общество стремительно вступает в цифровую эпоху. Какие блага, проблемы и риски будут связаны с ней остаются неизвестными. Однозначно можно сказать, что цифровая трансформация экономики является основным трендом развития экономики 21 века. Сейчас мир находится на этапе разворачивания Четвертой промышленной революции. Основными орудиями «завоевания» будут выступать цифровые технологии, платформенные и экосистемные структуры. Компании, которым удастся стать лидерами цифровой экономики, и специалистам, научившимся в полной мере использовать возможности цифрового мира, откроются практически безграничные перспективы.

Цифровая трансформация представляет собой сложный процесс преобразований на основе использования цифровых технологий, она предполагает фундаментальное переосмысление того, как работает организация и как она взаимодействует с окружающей средой. Это не одноразовое действие, а комплексный процесс, который охватывает все стадий данного вида деятельности, эффективная реализация которого возможно при применении принципов стратегии и плановности предпринимаемых действий [1].

Новые технологии могут внести значительный вклад в достижение целей в области устойчивого развития финансово-банковской сферы.

Внедрение цифровых технологий требует кардинального изменения бизнес-стратегий всех отраслей экономики. Высокая эффективность применения инновационных решений заставляет финансовый сектор трансформироваться как для усиления своих позиций на рынке, так и для повышения уровня взаимодействия с клиентами и участниками рынка.

Традиционно с момента зарождения банковского дела обслуживание клиентов осуществлялось посредством физического контакта в отделениях банка. В период зарождения и активного развития дистанционного банковского обслуживания появились такие каналы обслуживания, как телефонный банкинг, терминальный банкинг, интернет-банкинг, ТВ-банкинг, мобильный банкинг, включающий платежи и переводы с помощью смартфона одного физического лица другому.

Больше нет борьбы между брендами, ведь клиенты проявляют меньше «привязанности», чем раньше.

Банкам необходимо научиться реагировать на ожидания клиентов разных поколений, поэтому ему необходимо соответствовать нынешним цифровым ожиданиям клиентов и развивать банковские и финансовые услуги с учетом их предпочтений.

Становление цифрового банкинга является ответом на изменение потребностей клиентов: новый клиент требует к себе персонализированного подхода, желает получать от банка интересные предложения не только, когда придет в его отделение, но и в процессе своей повседневной жизни. Персонализированное взаимодействие с клиентами обеспечивает банку неограниченные возможности по их привлечению независимо от демографической ситуации или уровня использования информационно-коммуникационных технологий в государстве.

Цифровой банкинг представляет собой реализацию финансовых услуг с помощью мобильных и онлайн-платформ, что совершенствует качество работы банка с клиентом, экономит время и издержки, повышает безопасность личных данных, увеличивает скорость и качество работы сервисов [2].

При использовании финансовых технологий кредитные организации стремятся трансформироваться в финансовые высокотехнологические корпорации, удовлетворяющие следующим требованиям [3]:

- предоставление клиентам комплексного набора услуг в рамках экосистемы финтех;
- повышение прозрачности информации, способствующей устранению посредничества на финансовом рынке;
- постоянное совершенствование внедряемых цифровых решений в целях обеспечения функционирования в режиме реального времени и обеспечения безопасности и пр.
- Интернет превращается в единую транспортную систему цифрового контента. Со временем он заменяет различные сети передачи данных (телефонные, кабельные телевизионные сети, радио). Реализуются новые сетевые протоколы и веб-сервисы.

По прогнозам международной консалтинговой компании, McKinsey, к 2025 году около 30 % корпоративного дохода в мире будут генерировать цифровые бизнес-экосистемы. Разбираемся, что они собой представляют и зачем их создавать?

Определение экосистем бизнес позаимствовал из биологии. Этот термин в 1930-х годах ввел британский ботаник Артур Тэнсли. Экосистемой он назвал локальные сообщества организмов, которые взаимодействуют друг с другом и окружающей средой. Чтобы процветать, эти организмы конкурируют и сотрудничают, совместно эволюционируют и адаптируются к внешним потрясениям.

Сегодня экосистемы описывают как динамичные и постоянно развивающиеся сообщества, которые создают новую ценность через сотрудничество и конкуренцию. При этом, как подчеркивают в Deloitte, конкуренция здесь уходит на второй план. Общие цели и интересы, а главное, необходимость отвечать на растущие запросы потребителей, делают сотрудничество основой экосистемного бизнеса.

Аналитики выделяют два основных типа экосистем. Первый из них строится вокруг решений: участники создают или предоставляют пользователю про-

дукт за счет координации разных компаний. Второй тип – это экосистемы транзакций. Они связывают участников и потребителей через общую (как правило, цифровую) платформу [4].

Ярким примером конкурентоспособности качественного и многопрофильного обслуживания потребителей банковских услуг является Сбербанк Российской Федерации и его дочернее подразделение БПС-Сбербанк Беларуси. Президент, Председатель Правления Сбербанка РФ Герман Греф в своём видеointервью от 21 апреля 2020 года отметил, что Сбербанк – это не просто финансово-кредитная организация – это целая Экосистема.

По его словам, «Экосистема Сбербанка – это создание вокруг человека очень удобной системы оказания для него всего спектра услуг, которые необходимы для его жизнедеятельности. Это такой же набор сервисов, который совершенно бесшовно, очень удобно для вас с минимальными потерями времени, в очень высоком качестве и за маленькие деньги может оказывать одна компания. Это система, где клиент является главным лицом этой системы. Ваша проблема – это наши возможности». И с целью отмены привязки к банковской деятельности, как к основной, 20 сентября Сбербанк поменял свое название и логотип на «Сбер».

Однако, согласно статьям в журнале «Forbes» и Газета «Коммерсантъ», Сбер продолжает терять деньги от своей экосистемы, это следует из его отчетности по МСФО за первый квартал 2021 года. В первом квартале 2021 года убыток от нефинансового бизнеса банка увеличился почти в 2 раза, до 8,7 млрд рублей. За тот же период 2020 года убыток этого сегмента составил 4,5 млрд рублей.

В то же время, «Тинькофф» одним из первых запустил в России «супер-приложение» (SuperApp) для повышения комфорта и выполнения большинства задач клиента в сферах финансов и досуга. По прогнозам банка, уже к 2023 году клиентская база экосистемы составит более 20 млн человек. Самый важный элемент суперпредложения от «Тинькофф» – это собственный маркетплейс. Внутри будет собран «магазин» множества мини-программ, через которые партнеры извне будут присоединяться к маркету по технологии «App-in-App», чтобы после встроить свой продукт прямо в приложение. В одной программе будут собраны все аспекты жизни рядового пользователя, которые так или иначе связаны с финансами и потребительскими сервисами.

В основе приложения также заложен принцип «win-win» (удовлетворение потребностей всех сторон): так банк не покупает разные бизнесы для расширения клиентских сервисов, а привлекает партнеров на взаимовыгодных условиях.

А теперь рассмотрим пример того, как финтех компания приобретает банк в свою экосистему.

Яндекс купил ликвидный банк «Акрополь». При этом премия к капиталу составляла около \$1 млн, что совсем немного. Стратегия холдинга, вероятно, уже предусматривает конкретные шаги по развитию финтех-сервисов, поэтому интеграция пройдет в короткие сроки. Ожидается, что уже в третьем квартале Яндекс представит новые продукты или начнет переводить финансовую часть бизнеса в свой банк. Сделка будет закрыта после согласования в Банке России. Соответствующее ходатайство Яндекс подал в банк 28 апреля.

С целью дальнейшего развития цифровой трансформации банковской сферы автором предлагается направить внимание на удовлетворение потребностей нового поколения Z.

Молодые люди становятся все более и более влиятельны в обществе. Если верить статистике, представители цифрового поколения к 2025 году будут владеть активами общей стоимостью 7 триллионов долларов – и это только в США. На сегодняшний день, самая большая доля клиентов, которые покупают свой первый дом, приходится именно на эту возрастную группу.

Выживание традиционных бизнесов зависит от того, насколько им удастся преодолеть конфликт поколений и адаптироваться к потребностям цифрового мира. Критически важно понять, насколько изменились нужды современного поколения по сравнению с предыдущим. Это позволит разработать эффективную бизнес-стратегию и реализовать ее на практике.

В итоге появляются удивительные возможности для финансового дизайнера [5]:

- Полностью цифровое потребление;
- Миром правит дизайн;
- Полная прозрачность;
- Искренность;
- Другие медиа;
- Социальная ответственность;
- Открытость к диалогу.

Проанализировав предпочтения молодого поколения Z, можно выделить направления развития по дизайну финансовых продуктов для этой целевой аудитории [5]:

- Адаптируйте бизнес-процессы под молодое поколение, чтобы снизить издержки;

- В моде цифровая многоканальность;
- Великолепный опыт взаимодействия – сам по себе ценность.

Таким образом, для того, чтобы завоевать сердца молодого поколения Z, недостаточно просто появиться в цифровом поле. Бизнесы должны ставить клиента в центр своей вселенной и предлагать ему самый качественный дизайн и самый индивидуальный, надежный и приятный пользовательский опыт – а для этого, вероятно, придется работать вдвое усерднее.

Мы живем в мире, где с телефона можно в секунду заказать еду, купить билет на самолет, пригласить службу уборки и вызвать такси. Банковские сервисы не должны отставать! Сегодня уже появилось множество финтех-стартапов, которые предлагают самые разные услуги: от быстрых займов и мгновенных переводов до инвестиций – и все они спроектированы очень интуитивно, под молодых пользователей.

Молодые люди открыты миру: они тратят деньги на впечатления, а не на вещи. Они ценят удобство. В скором времени главной движущей силой глобальной экономики будет завоевание клиентов. С этой задачей лучше справятся те компании, которые действительно понимают, чего хочет молодое поколение клиентов, и могут обеспечить им великолепный пользовательский опыт.

## Библиографические ссылки

1. Организационные императивы цифровой экономики : сайт. URL: <http://digital-economy.ru/stati/organizatsionnye-imperativy-tsifrovoj-ekonomiki> (дата обращения: 01.05.2021).
2. Ковалев М. М., Головенчик Г. Г. От финтех-компаний – к цифровым банкам // Вестник Ассоциации белорусских банков. 2018. № 8. С. 13–24.
3. Перцева С. Ю. Финтех: механизм функционирования // Инновации в менеджменте. 2017. № 12. С. 50–53.
4. Что такое бизнес-экосистемы и зачем они нужны : сайт. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/innovation/6087e5899a7947ed35fdbbf3?page=trend&nick=innovation> (дата обращения: 01.05.2021).
5. Рецепт выживания для банков: соответствовать запросам молодежи : URL: [https://banking.usabilitylab.ru/news2\\_3\\_2036/](https://banking.usabilitylab.ru/news2_3_2036/) (дата обращения: 01.05.2021).

УДК 336.77.067

## МЕТОДИКА ОЦЕНКИ КРЕДИТНОГО РИСКА БАНКА

**К. Ю. Бекиш**

*студентка, Полоцкий государственный университет, г. Новополоцк,  
Республика Беларусь, e-mail: [17fk.bekish.k@pdu.by](mailto:17fk.bekish.k@pdu.by)*

**Научный руководитель: И. А. Строганова**

*старший преподаватель, кафедра учета, финансов, логистики и менеджмента,  
Полоцкий государственный университет, г. Новополоцк, Республика Беларусь,  
e-mail: [i.stroganova@psu.by](mailto:i.stroganova@psu.by)*

Кредитные операции являются наиболее прибыльной частью банковского бизнеса. На этот источник приходится основная часть чистой прибыли, направляемой в резервные фонды и используемой для выплаты дивидендов акционерам банка. Однако кредитный риск является наиболее значительным и распространенным в банковском секторе. Поэтому процесс тщательного выявления и управления кредитным риском заслуживает особого внимания.

**Ключевые слова:** кредитный риск; оценка кредитного риска; методика оценки; двухфакторная модель Альтмана; модель Таффлера.