

А. Б. Дудкин

ЗАО «БСБ Банк», Минск, Беларусь, dudkin@bsb.by

СОЗДАНИЕ СТУДЕНЧЕСКИМИ ПРОЕКТНЫМИ ГРУППАМИ ЦИФРОВЫХ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ

В настоящей работе исследуется опыт работы студенческих проектных групп по созданию цифровых банковских продуктов, а также опыт взаимодействия коммерческого банка с высшим учебным заведением по применению проектного метода в бизнес-образовании.

Ключевые слова: *цифровизация, диджитализация, цифровой банковский продукт, проектный метод, проектная деятельность*

A. Dudkin

JSC «BSB Bank», Minsk, Belarus, dudkin@bsb.by

CREATION OF DIGITAL BANKING PRODUCTS BY STUDENT PROJECT GROUPS

This paper examines the experience of student project groups in creating digital banking products, as well as the experience of interaction between a commercial bank and a higher educational institution on the application of the project method in business education.

Keywords: *digitalization, digital banking product, project method, project activity*

Современное общество вне зависимости от политического устройства государства или состояния экономики с невероятной скоростью имплементирует цифровые технологии во все сферы жизни, коренным образом меняя привычный уклад функционирования всех систем и участников общества.

В числе первых, кто прочувствовал значимость надвигающейся глобальной цифровой трансформации и активно включился в процесс, была финансовая система республики.

Сама идея диджитализации банковского бизнеса, подкрепленная появлением новых сервисов, фактически разрушила привычные схемы взаимодействия участников рынка финансовых услуг и полностью изменила парадигму развития банковской системы. Еще совсем недавно для получения доли рынка банкам достаточно было предложить более дешевые, чем у конкурентов, услуги. Однако сегодня этого уже недостаточно. Сегодня для сохранения и повышения своей конкурентоспособности банкам необходимо искать инновационные подходы, интегрироваться с другими продуктами и сервисами, в т. ч. небанковскими [1].

Развитие цифровых банковских технологий обеспечивает возможность получения клиентами круглосуточного доступа к счетам и большому объему разнообразной финансовой информации.

Все это абсолютно естественно укладывается в менталитет современного молодого человека, представляющего новое поколение «финансово активных» клиентов – пользователей систем интернет-банкинга, мобильного банкинга. В фокусе предпочтений современных пользователей все большее значение принимают технологичность и простота решений, предлагаемых банками. Удобство обслуживания в банке сегодня представляется не иначе как возможность максимально быстро, эффективно и просто совершать любые финансовые и консультационные операции. Клиенты «нового поколения» рассматривают посещение офисов банков как лишнюю трату времени и денег. Большинство из них ожидает доступа к любой услуге с любого устрой-

ства (ноутбука, планшета, смартфона, умных часов, умного автомобиля и пр.), в любое время, из любой географической точки.

Здесь важно отметить и тот факт, что организация взаимодействия банка с клиентами в режиме онлайн выгодна и самому банку, поскольку позволяет банкам избегать существенных финансовых вложений в создание и поддержание деятельности точек продаж.

Таким образом, конкурентоспособность современного банка, его узнаваемость и популярность напрямую зависят от степени инновационности и оцифрованности удобных и понятных новому поколению клиентов банковских процессов, продуктов и сервисов.

По этой причине безусловно важной для банка становится задача получения постоянной обратной связи от нового поколения. Во-первых, такая связь позволяет лучше понимать актуальные потребности в предлагаемых рынком банковских продуктах и сервисах, видеть их недостатки; а во-вторых, изучение неординарных, кажущихся порой фантастическими бизнес-идей нового поколения позволяет прогнозировать и моделировать продуктовую и клиентскую политику банков на ближайшую перспективу.

Кроме того, банки заинтересованы формировать у представителей молодого поколения (особенно у тех молодых людей, которые планируют связать свою будущую деятельность с бизнесом, экономикой или финансами) устойчивого представления о банке как о надежном бизнес-партнере.

Руководствуясь такими намерениями, ЗАО «БСБ Банк» вот уже четыре года подряд совместно с кафедрой бизнес-администрирования Института бизнеса БГУ проводит Конкурс на лучший банковский продукт.

В IV конкурсе, который состоялся в декабре 2021 г., приняли участие команды (проектные группы) из числа студентов 3–4 курсов разных специальностей. Для студентов третьего курса специальности «Бизнес-администрирование» участие в конкурсе является одной из точек текущего контроля по дисциплине «Банковское дело».

Работа студенческих проектных групп была организована с использованием хорошо зарекомендовавшего себя проектного метода, основная идея которого заключается в предоставлении студентам возможности самостоятельного глубокого погружения в технологию решения конкретной задачи (проблемы) с целью получения реального практического результата [4].

Использование проектного метода является действенным инструментом выявления и развития у студентов целого ряда ключевых академических, профессиональных и социально-личностных компетенций [3].

При подготовке к конкурсу студенческие проектные группы фактически работали по процедурам проектной деятельности, активно применяемым в современных банках. В работе над проектами студенты на практике изучили традиционный жизненный цикл проекта, включая следующие четыре этапа: инициация, планирование, реализация и завершение. Результатом банковской проектной деятельности считается разработанный продукт, готовый к запуску на рынок банковских услуг.

Первый этап жизненного цикла проекта был реализован преподавателем при постановке проектного задания студентам, суть которого заключалась в разработке нового банковского продукта, который было бы возможно внедрить в одном из действующих белорусских банков.

Последующие этапы жизненного цикла проекта (планирование, реализация и завершение) были организованы студентами самостоятельно.

Изначально студентам было предложено сформировать проектные группы из 4–5 человек, что по опыту предыдущих лет является оптимальным по количеству и гармоничным по распределению функционала в группах.

Каждая студенческая проектная группа выбрала руководителя группы, пользующегося доверием и уважением всех членов проектной группы и максимально ориентированного на результат; отдельные группы в качестве научных руководителей проектов пригласили преподавателей.

При организации второго этапа жизненного цикла проекта студенческие проектные группы должны были:

- определить сегмент банковской сферы, в которой будет разрабатываться продукт и непосредственно сам разрабатываемый продукт;
- распланировать работы внутри группы (отдельные элементы проектного задания);
- установить контрольные механизмы и сроки реализации проектного задания, в т. ч. промежуточные сроки реализации отдельных элементов;
- распределить между всеми членами проектной группы зоны ответственности за реализацию проекта [2].

Наиболее популярными сегментами банковской сферы, выбранными проектными группами для реализации проектного задания, стали современные инновационные направления цифрового банкинга: мобильные приложения, карточные технологии, операции с криптовалютами.

Работа студенческих проектных групп строилась с учетом структурированных рекомендаций. В ряде случаев в ходе подготовки к конкурсу также запрашивались индивидуальные консультации у преподавателей.

Подготовка качественного и готового к внедрению продукта потребовала от проектных групп применения и интегрирования знаний и умений, полученных ранее в процессе изучения как профильной (в контексте проектного задания) дисциплины – банковского дела, так и иных дисциплин: маркетинга, менеджмента, бизнес-права, бухгалтерского учета, а также различных исследовательских методик.

Так, например, для оценки перспектив «продаваемости» продукта и успешности проекта в целом необходимо было тщательно исследовать белорусский рынок банковских услуг, а также лучшие мировые тенденции в указанной сфере. На основании проведенных маркетинговых исследований проектным группам удалось:

- определить круг потенциальных потребителей нового продукта;
- проанализировать и понять конкурентную среду: круг конкурентов, предлагающих похожие продукты, среди которых могли быть не только банки, но и небанковские кредитно-финансовые организации, лизинговые, форексные, микрофинансовые компании и т. д.;
- выяснить наличие на рынке уже запущенных похожих продуктов; определить их достоинства и недостатки;
- продумать каналы и составить план продвижения продукта на рынке;
- сделать предположение об объеме продуктов, возможных к реализации.

Следует отметить, что маркетинговая часть была реализована проектными группами на достаточно высоком уровне. Студенты продемонстрировали умение реализовывать в практических решениях теоретические знания, полученные при изучении основ маркетинга.

Для проработки вопроса правового обеспечения разрабатываемого продукта, в целях избежания нарушения законодательства в будущем (на стадии реализации готового продукта) студентам потребовалось проанализировать действующие нормативные правовые акты Республики Беларусь, регулирующие соответствующие сферы.

В целях оптимизации процесса и установления точек и инструментов контроля за рисками, потенциально способными возникать на различных этапах стадии реализации готового продукта, проектным группам была поставлена задача разработать схему бизнес-процесса продукта. Это традиционно вызвало у ряда проектных групп определенные сложности, что стало свидетельством недостаточности знаний студентов в данной области.

Важнейшим элементом проектного задания стали экономические (финансовые) расчеты. Проектным группам надлежало:

- рассчитать затраты на создание и продвижение разрабатываемого продукта и на их основании определить его себестоимость;

– на базе себестоимости и с учетом ожидаемой нормы прибыли, но принимая во внимание рыночные факторы ценообразования смоделировать цену продукта;

– с учетом ожидаемых объемов продаж и цены за единицу продукта рассчитать выручку и прибыль от реализации продукта до и после налогообложения и эффективность проекта в целом [2].

Большинство проектных групп успешно справилось с экономическими (финансовыми) расчетами, что свидетельствует о достаточно высоком уровне знаний в сфере финансов и бухгалтерского учета.

Разработанные студенческими проектными группами проекты в виде презентаций были представлены на первый заочный (дистанционный) тур конкурса экспертам ЗАО «БСБ Банк», которые в течение нескольких недель изучали представленные презентации, формулировали замечания по продуктам, после чего каждая студенческая проектная группа была с ними ознакомлена для внесения корректировок перед вторым (очным) туром конкурса.

Второй тур конкурса представлял собой открытое соревнование, в ходе которого каждая студенческая проектная группа презентовала свой продукт компетентному жюри, в состав которого вошли руководители подразделений ЗАО «БСБ Банк», а также представители Института бизнеса БГУ и других вузов.

В ходе презентации проектов студенты продемонстрировали умение аргументировано отвечать на вопросы профессионалов, что явилось свидетельством высокой степени вовлеченности студентов в работу проектных групп и достаточное знание своих продуктов. Членами жюри был отмечен высокий уровень подготовки подавляющего большинства проектов.

Наиболее успешными проектами, ставшими победителями в конкурсе, были признаны:

I место: проект «Банкинг для всех» (Институт бизнеса БГУ, специальность «Управление информационными ресурсами») – адаптация мобильного приложения банка для лиц старшего возраста;

II место: проект «Копи» (Институт бизнеса БГУ, специальность «Бизнес-администрирование») – функция копилки в мобильном приложении и проект BSB Trade (Белорусский государственный экономический университет, факультет международных отношений, специальность «Мировая экономика») – привлечение денежных средств физических лиц для дальнейшего инвестирования в различные финансовые инструменты;

III место: проект «Хэлпи» (Институт бизнеса БГУ, специальность «Бизнес-администрирование») – приложение с функцией благотворительных переводов и проект Crypto Trust (Институт бизнеса БГУ, специальность «Бизнес-администрирование») – крипто-карта для использования в качестве аналога платежной банковской карты.

За победу в конкурсе были установлены денежные призы: команде, занявшей I место, – 1 500 р.; командам, разделившим II место, – по 1 000 р. каждой; командам, разделившим III место, – по 750 р. каждой.

Кроме того, членам победивших студенческих проектных групп было предложено пройти практику в ЗАО «БСБ Банк», совместно с экспертами банка проработать возможность реализации предложенных идей, с дальнейшим предложением наиболее талантливым, нестандартно мыслящим студентам постоянной работы.

Тесное контактирование со специалистами банка позволит студентам:

- глубже погрузиться в атмосферу реальной производственной деятельности банка;
- обсуждать с профессионалами – практиками недостатки и достоинства разработанных продуктов;
- проводить мониторинг жизненного цикла готового продукта;
- осуществлять фактические расчеты эффективности продукта и сопоставлять их с проектными плановыми показателями;

- анализировать причины и существенность отклонений;
- участвовать в разработке мер по реагированию на отклонения.

С учетом специфики специальностей Института бизнеса БГУ видится необходимым более активное использование проектного метода в системе бизнес-образования, а именно:

- использование проектного метода на всех курсах обучения и по всем дисциплинам, формирующим мировоззрение бизнесмена, предпринимателя и обучающим практике ведения бизнеса;
- внедрение в учебный процесс различных форм взаимодействия студентов и представителей бизнес-среды;
- обеспечение приоритетности коллективных форм проектной деятельности студентов над индивидуальными формами [2].

Список использованных источников

1. Дудкин, А. Б. Инновационные цифровые технологии в финансовой сфере / А. Б. Дудкин // Инновационные процессы и корпоративное управление : X Междунар. заоч. науч.-практ. конф., Минск, 2018 г. – С. 87–96.
2. Дудкин, А. Б. Практика использования проектного метода в бизнес-образовании / А. Б. Дудкин // Актуальные проблемы бизнес-образования : XVIII Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 2019 г. – С. 54–59.
3. Практика проектной деятельности студентов в высшей школе [Электронный ресурс] / В. П. Грахов [и др.] // Современные проблемы науки и образования. – № 5. – Режим доступа: <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=14735>. – Дата доступа: 30.03.2022.
4. Капранова, В. А. Проектное обучение в вузе: исторические и технологические аспекты / В. А. Капранова. – Воронеж : Известия ВГПУ, 2014. – № 3. – С. 264.