

Васильева М.В.

*Научный руководитель: к.э.н., доцент И.В. Терентьева  
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного  
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: marina-vasileva-2015@yandex.ru*

### **Цифровизация банковских продуктов как направление роста конкурентоспособности банков**

В современных экономических условиях претендовать на успех могут лишь те, финансовые организации, где высок дух соперничества и развит уровень адаптации к стремительно меняющимся условиям в сфере IT технологий.

Динамичное распространение данных услуг обусловлено неустойчивостью рынка. Лабильность и текущие проблемы в экономике связанные с современной политической ситуацией, продолжающейся пандемией, ростом социальной напряжённости. Всё это ускоряет процесс глобализации применения современных информационных технологий.

Не трафаретность антикризисных мер, принимаемых кредитными организациями в сложившихся обстоятельствах новой реальности позволяет и обеспечивает спрос на банковские услуги, предоставляемые онлайн. «И в то время, как на некоторых игроков подобные требования рынка свалились как нечто нежелательное, но неизбежное, крупные банки уже в феврале (2020) заявили о своей готовности отказаться от бумажных договоров» [1]. Это впервые столь остро установленное условие было необходимо, чтобы обезопасить сотрудников и клиентов.

Нацеленность на инновационное развитие позволяет создавать новые кластеры продуктов, процессов и технологий и филигранно доводить до абсолюта уже существующие.

Прошедший 2020 ускорил процесс модернизации и каналы взаимодействия между банком и клиентом, наладил пути взаимодействия между клиентами. Сервис цифровизации предоставил дистанционные коммуникации, которые стали осваивать клиенты, предпочитающие очное посещения банковских отделений. «По статистике, мобильные приложения предпочитают преимущественно клиенты в возрастной категории до 35 лет...» [2].

«Во время изоляции стал очевиден низкий уровень финансовой грамотности населения, поэтому вероятен рост интереса к обучающим курсам и информационным ресурсам, в том числе узконаправленным. Для компаний это будет означать дополнительный источник продвижения» [3].

Дистанционное оформление вкладов, кредитов, ипотеки, и т.д., несомненно приведёт к сокращению офисных отделений и интенсификация прибыли.

Нетрадиционность предпринятых мер, только что появившиеся услуги в банковском и платёжном секторах, позволяют выйти на новый уровень глобализации в экономике. Итогом столь качественного развития становится повышение процента использования услуг, оказываемых онлайн.

Периметр диджитализации форсировал тренд на аутентификацию по биометрии, электронным подписям (на ипотеку при подписании договора) и т.д., широкое и повсеместное распространение СБП – вот темы, наиболее актуальные для прошедшего 2020 года, т.к. банковские услуги предоставляются по запросу клиента минуя очное его взаимодействие с сотрудником банка.

Ощутимую конкуренцию банкам в сфере IT технологий демонстрируют электронные платёжные системы. Стремительное рост охвата СПБ также связан с усовершенствованием мобильных приложений.

Рынок платёжных услуг представленный участниками рынка ищет решение вопроса безопасности дистанционного обслуживания, чтобы обеспечить надёжность оказываемых потребителю платёжных услуг.

Составляющей успеха являются: стоимость, удобство, простота, надёжность предоставленных банковских услуг.

Инвестирование каналов дистанционного обслуживания клиентов банка предполагает собой структурирование мобильного банка, чипирование карт на предмет бесконтактной оплаты.

Привлечение клиентов также осуществляется повышением бонусного процента по возврату cashback по выбранным категориям, пролонгацией беспроцентного периода. Некоторые банки до 120 дней не берут процент за использование кредитного лимита [4].

Аспект наступления момента нужности денег, также возможно активно предложить клиентам. Выгодные условия кэшбэка, увеличение времени беспроцентного кредитного лимита, и перспектива оплаты через кошелёк Apple Pay и Samsung Pay при добавлении карты.

Актуальными становятся и разовые акции по привлечению клиентов как физлиц так и юридических лиц.

Все разработки и рекламные акции, проводимые в онлайн-нише направлены на перспективу максимизации применения карт и сведение до минимума наличных расчётов.

Закономерно вытекающим моментом следует обострение борьбы в пространстве цифровых технологий. Ведущим элементом цифровой трансформации стало расширение инструментария мобильных приложений. Упор производился на повсеместное использование IT технологий, обновление и совершенствование, что непосредственно отражается на конкурентоспособности банка. Значительно расширенный функционал банковских продуктов стал оказывать влияние на качество обслуживания, что в свою очередь привлекло новых клиентов.

Банковская сфера услуг, направленная на финансовые интересы клиента – это приоритетная линия для повышения конкурентоспособности кредитной организации.

Выстраивание линии партнёрских отношений между кредитной организацией и клиентом должно быть направлено на долгосрочную перспективу взаимовыгодных предложений. Поддержка клиента, консультирование, индивидуальный подход, способствуют длительному взаимодействию банка со своими клиентами.

Онлайн 2020 изменил парадигму модели потребления, что повлекло смещение вектора поддержания лояльности клиентов. А это ведёт к смене ключевых партнёров, пакетов страхования, объектов инвестирования.

«Изоляция также повысила актуальность супераппов – приложений, которые позволяют получить множество услуг в одном месте. Суперапп для российских банков стал следующим шагом от разветвлённых партнёрских систем. Пользователи позитивно реагируют на удобные нефинансовые опции от банков и привыкают пользоваться экосистемой бренда. По этому пути активно идут Тинькофф и Сбербанк. Именно это направление станет одним из ключевых и после пандемии» [3].

Конкурентоспособность в финансовой отрасли напрямую зависит от трансформации своей деятельности и мимикрии к существующим процессам.

### Литература

1. Филиппов А. Ещё больше цифровых технологий. Основные тренды банковской системы РФ на 2021 год. Информационно-аналитическое издание «Банки Сегодня» №049, 11.12.2020, <https://bankstoday.net/last-articles/eshhe-bolshe-tsifrovyyh-tehnologij-osnovnye-trendy-bankovskoj-sistemy-rf-na-2021-god> 12.04.2021

2. Виноградов А. Как изменились банковские продукты в эпоху пандемии и после неё? Рассказывает руководитель банка. Информационно-аналитическое издание «Банки Сегодня» №046, 03.09.2020. <https://bankstoday.net/last-articles/kak-izmenilis-bankovskie-produkty-v-epohu-pandemii-i-posle-nee-rasskazyvaet-rukovoditel-banka> 11.04.2021

3. Как коронавирус влияет на банкинг, страхование и инвестиции. Go Mobile 28.05.2020. <https://vc.ru/finance/130193-kak-koronavirus-vliyaet-n-a-banking-strahovanie-i-investicii> 12.04.2021

4. Алемасова Н. Безналичный расчёт в борьбе с коронавирусом. «РБК+», №1, 28 мая 2020. <https://ekb.plus.rbc.ru/news/5eabe82a7a8aa9166f79a258> Выпуск №1, 28 мая 2020 11.04.2021