

Современные тенденции применения инновационных технологий в банковском бизнесе

Елена Н. Пятшева

*Российский государственный гуманитарный университет
Москва, Россия, elena.pyatsheva@hotmail.com*

Анжелика Ф. Орлова

*АО «НПО «Техномаш» имени С.А. Афанасьева
Москва, Россия, orlova-angelika@yandex.ru*

Аннотация. В статье представлен анализ тенденций развития банковской деятельности и современная практика применения инновационных технологий в банковском бизнесе. Определено, что в настоящее время основными потребителями банковских сервисов являются представители поколения миллениалов, особенности поведения и предпочтения которых следует учитывать на практике. Показано, как инновационные финансовые технологии влияют на методы и подходы в работе отечественных банковских организаций. Рассмотрены современные финансовые инновации, которые постепенно апробируются, внедряются и предлагаются клиентам различными российскими банками. Выделено, что цифровая ипотека является одним из наиболее востребованных банковских продуктов, и возможность ее цифрового оформления благоприятно сказывается на развитии этого направления в банковской деятельности. Среди потенциальных векторов дальнейшего развития выделен омниканальный подход к взаимодействию с клиентами, который направлен на повышение эффективности коммуникационной политики, скорости обслуживания и наилучшего удовлетворения потребностей пользователей финансовых продуктов.

Ключевые слова: банковский бизнес, поколение миллениалов, инновационные технологии, банковские сервисы, финансовые инновационные продукты, омниканальный подход

Для цитирования: Пятшева Е.Н., Орлова А.Ф. Современные тенденции применения инновационных технологий в банковском бизнесе // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». 2024. № 1. С. 77–85. DOI: 10.28995/2073-6304-2024-1-77-85

Current trends in the innovative technologies of the banking business

Elena N. Pyatsheva

*Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia
elena.pyatsheva@hotmail.com*

Anzhelika F. Orlova

*S.A. Afanasyev NPO Technomash Joint Stock Company, Moscow, Russia
orlova-angelika@yandex.ru*

Abstract. The paper presents an analysis of the current trends in the development of banking activities and modern practice of innovative technologies application in the banking business. It is defined that nowadays the main consumers of banking services are representatives of the millennial generation, whose behavioral characteristics and preferences should be taken into account in practice. Authors show how innovative financial technologies influence the methods and approaches in the work of national banking organizations. Modern financial innovations are considered, which are gradually being tested, implemented and offered to clients by various Russian banks. It is emphasized that digital mortgage is one of the most popular banking products and the possibility of its digital registration has a beneficial effect on the development of that area in banking. Among the potential vectors for further development, an omnichannel approach to interaction with clients is highlighted. It aims to increase the efficiency of communication policy, service speed and the best possible satisfaction of the needs of users of financial products.

Keywords: banking business, millennial generation, innovative technologies, banking services, financial innovative products, omnichannel approach

For citation: Pyatsheva, E.N. and Orlova, O.F. (2024), "Current trends in the innovative technologies of the banking business", *RSUH/RGGU Bulletin. "Economics. Management. Law" Series*, no. 1, pp. 77-85, DOI: 10.28995/2073-6304-2024-1-77-85

В последние годы наблюдается беспрецедентное увеличение спроса на цифровые финансовые продукты [Сопилко, Мясникова 2021], что заставляет пересматривать привычные методы работы с потребителями услуг современной банковской индустрии [Самиев и др. 2020]. Такая тенденция в сфере продвижения банковских продуктов связана с тем, что особую поддержку дистанционного подхода к обслуживанию оказывают представители поколения миллениалов, являющиеся весьма специфической группой потребителей [Забурдаева 2020].

По данным агентства Bloomberg, в настоящее время миллениалы составляют не менее 31% жителей в мире, причем стра-

ны Азии являются наиболее многочисленными по доле миллениалов в структуре населения [Берова 2020]. По данным Росстата, по состоянию на начало января в 2023 г. в Российской Федерации проживало примерно 31,4 млн граждан в возрастном диапазоне 25–39 лет, что составляет 21,5% от общего населения страны.

В настоящее время миллениалы являются основным и наиболее многочисленным сегментом рынка банковских услуг, поэтому ведущие финансовые и банковские организации понимают, что в ближайшие годы их успех и развитие зависят именно от своевременной переориентации на удовлетворение потребностей этого поколения. Миллениалы отличаются тем, что очень избирательно относятся к тому, как и что конкретно они потребляют, основываясь на своих предпочтениях и предъявляя особые требования к процессу продажи и обслуживания [Радаев 2018].

Так, одной из основных особенностей миллениалов стало их желание получать доступ к банковским услугам через диджитал-каналы, что привело к ускоренному развитию инновационных финансовых технологий, которые в последние годы постепенно изменили концепцию банковского бизнеса. В первую очередь, цифровая трансформация экономики отдельных государств трансформирует процессы ежедневного взаимодействия между людьми и процедуры ведения бизнеса, а технологические инновации оказывают непосредственное влияние на будущее финансовых услуг во всем мире [Махалин, Махалина 2018]. Инновационные финансовые технологии, применяемые в розничном и мобильном банкинге, влияют не только на методы работы банковских организаций, но и практически на все аспекты банковской отрасли, поэтому становится очевидно, что банковский бизнес ожидает цифровое будущее.

Активное развитие розничного и мобильного банкинга в России стало возможным благодаря тому, что отечественные банки стали инвестировать средства в качественные цифровые платформы и приложения, позволяющие обслуживать клиентов дистанционно со смартфонов или других устройств [Быканова 2022]. Такая глобальная переориентация банковского бизнеса смогла обеспечить доступ к банковским продуктам и услугам, помогла обслуживать клиентов во время пандемии, когда личное посещение фронт-офисов было ограничено.

Одним из основных стимулов по развитию и запуску принципиально новых продуктов на базе цифровых технологий является удовлетворение клиентов в соответствии с их потреб-

ностями [Сопилко, Горбачева 2022]. Инновационные продукты, разработанные отечественными лидерами IT и финансового рынка, представленные на ежегодном Форуме финансовых технологий “Finopolis-2022” отражены на рис. 1.

Цифровой Р	• инновационная виртуальная форма российской национальной валюты
Биометрическая технология распознавания лица (Face ID)	• идентификация паспортных данных пользователя с целью совершения банковских операций с цифровыми денежными средствами
Оффлайн оплата	• возможность проведения банковских платежей без использования электронных средств передачи денег и интернета
Видеобанкир	• возможность получать любые виды банковских услуг (неименная пластиковая карта, кредит, вклад и т. д.) даже в том случае, если человек не является клиентом банка (идентификация через ЕБС (Единую биометрическую систему), через мини-офис в виде банкомата)
Платформа Госключ	• квалифицированная электронная подпись для совершения сделок, в том числе ипотечных
Платежная видеокарта	• чат-бот в Телеграмм-канале помогает моментально оформить виртуальную платежную карту системы «Мир», которая может использоваться для покупок с помощью таких сервисов, как, например, Mir Pay
Система быстрых платежей в метро	• оплата поездок в метрополитене через СПБ
Блокчейн	• использование технологии блокчейна для повышения эффективности и безопасности финансовых транзакций, отслеживание и проверка движения денежных средств между счетами, в том числе для трансграничных транзакций
Цифровая ипотека	• процесс от подбора жилья, страхования, совершения ипотечной сделки, регистрации в государственных органах и до оформления закладной происходит в режиме онлайн

Рис. 1. Инновационные банковские продукты 2022

Источник: составлено автором по материалам сайта www.finopolis.ru

Кооперация банков с IT-компаниями и ритейлом позволила значительно повысить эффективность работы платежной инфраструктуры в целом [Бельдинова 2021]. Уже сейчас можно наблюдать результаты постепенного внедрения представленных в 2022 г. инноваций на практике.

Так, в 2023 г. произошло официальное вступление в силу ФЗ о цифровом рубле, который стал новой формой российской национальной валюты. В мобильных приложениях банков активно предлагаются онлайн-сервисы с биометрической идентификацией, позволяющие распознавать пользователей по фотографии для совершения денежных переводов или удаленного заключения договора [Шаманина, Захаренко 2020]. На рынке кешбэк-сервисов различные банки предоставляют возможность не только накапливать бонусы за покупки, но и создают персонализированные предложения на основании прогнозной аналитики, обеспечивая более эффективное взаимодействие с клиентами.

Ассоциация «Финтех» внедрила Систему быстрых платежей, оператором и расчетным центром которой является Центральный Банк РФ, позволяющую мгновенно совершать переводы денежных средств между различными банками по номерам телефонов сотовой связи. В свою очередь, ВТБ предложил в качестве инновационного продукта оплату поездок в метрополитене по сгенерированному QR-коду через СПб.

Одним из наиболее востребованных банковских продуктов является предоставление ипотечных кредитов [Шишкина 2019]. Процедура оказания данного сервиса, в свою очередь, достаточно сложная, поскольку состоит из ряда последующих этапов, независимых друг от друга. Кроме получения одобрения на выдачу заемных средств непосредственно в банке, такие сделки связаны с целым набором процедур, в том числе подбор недвижимости, ее оценка, оформление страховки и регистрация сделки в государственных органах. Цифровизация процессов, сопутствующих получению жилья, а также государственная поддержка ипотечных программ позволяет облегчить и значительно ускорить проведение сделки, поэтому в настоящее время данный сервис набирает все большую популярность среди граждан. Согласно данным Национального бюро кредитных историй, наибольшая доля в структуре ипотечных кредитов принадлежит представителям поколения миллениалов в возрастной период 30–40 лет.

Однако можно констатировать тот факт, что сегодня необходимым условием успешного развития современного банков-

ского бизнеса является внедрение и развитие моделей омниканальности обслуживания, а также интеграция этих каналов коммуникации с клиентами в единую сеть (рис. 2).

Омниканальность относится к бизнес-модели, в которой взаимодействие с клиентами учитывает потребности клиента, предоставляя целостный и последовательный процесс обмена

ОМНИКАНАЛЬНЫЕ БАНКОМАТЫ ИЛИ ВИДЕОКИОСКИ:

- готовность к работе в различных условиях в полностью автономном режиме через мультиканальное общение с чат-ботами с функцией высококачественного распознавания речи или реальными сотрудниками банка, независимо от географического положения клиента и времени суток

ОМНИКАНАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ:

- интеграция различных каналов продаж в единую систему (мессенджеры, холодные звонки, социальные сети, электронная почта, мобильные приложения, офлайн-локации)

ОМНИКАНАЛЬНЫЙ КОНТАКТ-ЦЕНТР:

- создание беспрепятственного взаимодействия и общения с клиентом, наличие возможности выбора наиболее удобного способа коммуникации через объединение разных коммуникационных онлайн- и офлайн-каналов

ОМНИКАНАЛЬНЫЕ ФРОНТ-ОФИСЫ:

- трансформация банковских отделений в многофункциональный магазин, в котором есть возможность ознакомиться и получить полный набор услуг (не только банковских) с помощью специалиста или самостоятельно в видеокиоске, банкомате, интернет- или мобильном банкинге

Рис. 2. Основные направления развития омниканальности в клиентских сервисах банков. *Источник:* составлено авторами

сообщениями по различным каналам, например, позволяя клиенту начать транзакцию на одном канале или одном устройстве и плавно переводя этот процесс на другое устройство, не теряя при этом качества обслуживания. Благодаря омниканальному подходу банки могут лучше понять своих клиентов, появляется возможность анализировать характер использования продукта, модели транзакций и демографические профили. Такая информация помогает составить более подробный профиль клиента и понять, как он ведет свою банковскую деятельность, усовершенствовать персонализированные предложения по банковским продуктам, при этом используя предпочтительный для него канал связи [Алешникова и др. 2019].

Разработка и усовершенствование стратегий омниканальности в коммерческих банках с целью интеграции разрозненных коммуникационных каналов в единую комплексную систему коммуникации становится перспективным направлением инновационного развития. Детальный анализ активности и потребительских предпочтений клиентов позволит персонализировать и адаптировать свои услуги с учетом пожеланий каждого отдельного клиента.

Таким образом, глобальная цифровизация различных бизнес-процессов уже сейчас изменяет технологический ландшафт России, а вместе с ним и основные принципы финансовой деятельности отечественных банковских организаций. Применение искусственного интеллекта, блокчейна и других технологических инноваций становится драйвером развития российской банковской отрасли. Анализ больших баз данных, извлечение, интерпретация, исследование и изучение полученной информации позволяют создавать инновационные финансовые продукты, предоставлять различные банковские услуги через современные онлайн- и оффлайн сервисы.

Для запуска продуктовых финансовых инноваций необходимо постоянно анализировать существующие мировые тенденции ведения банковского бизнеса, непрерывно создавать и продвигать стартапы с применением актуальных цифровых технологий, обладающих коммерческим потенциалом. В настоящее время на первом плане скорость выхода инновационных продуктов, а также омниканальность коммуникаций с клиентами и потенциальными потребителями, так как именно от этого напрямую зависит успех и получение конкурентных преимуществ на рынке финансовых услуг.

Литература

- Алешникова и др. 2019 – *Алешникова В.И., Береговская Т.А., Сумарокова Е.В.* Стратегия омниканального маркетинга // Вестник университета. 2019. № 2. С. 39–45.
- Бельдинова 2021 – *Бельдинова Е.В.* Совершенствование бизнес-моделей российских банков в условиях цифровизации // Наука в современном мире: Материалы Междунар. (заочной) научно-практич. конф. Нефтекамск, 2021. С. 231–242.
- Берова 2020 – *Берова Ф.Ж.* Возрастная структура населения и ее роль в социально-экономическом развитии региона // Известия КБНЦ РАН. 2020. № 1 (93). С. 3–10.
- Быканова 2022 – *Быканова Н.И.* Тренды в банковской отрасли в эпоху развития цифровых технологий // Научный результат. Экономические исследования. 2022. Т. 8. № 2. С. 107–118. DOI: 10.18413/2409-1634-2022-8-2-0-11.
- Забурдаева 2020 – *Забурдаева Е.В.* Анализ социокультурных особенностей поколения миллениалов в России // Концепт: философия, религия, культура. Т. 4. № 4. С. 122–134. DOI: 10.24833/2541-8831-2020-4-16-122-134.
- Махалин, Махалина (2018) – *Махалин В.Н., Махалина О.М.* Управление вызовами и угрозами в цифровой экономике России // Управление. 2018. № 6 (2). С. 57–60.
- Радаев 2018 – *Радаев В.В.* Миллениалы на фоне предшествующих поколений: эмпирический анализ // Социологические исследования. 2018. № 3. С. 15–33. DOI: 10.7868/S0132162518080029.
- Самиев и др. 2020 – *Самиев П.А., Закирова В.Р., Швандар Д.В.* Экосистемы и маркетинг-плейсы: обзор рынка финансовых услуг // Финансовый журнал. 2020. Т. 12. № 5. С. 86–98. DOI: 10.31107/2075-1990-2020-5-86-98.
- Сопилко, Горбачева 2022 – *Сопилко Н.Ю., Горбачева В.В.* HR-аналитика в контексте повышения производительности труда на отраслевых предприятиях // Вестник РГГУ. Серия: Экономика. Управление. Право. 2022. № 4. С. 8–19. DOI 10.28995/2073-6304-2022-4-8-19.
- Сопилко, Мясникова 2021 – *Сопилко Н.Ю., Мясникова О.Ю.* Основные тренды цифровой трансформации экономики государств ЕАЭС // Вопросы региональной экономики. 2021. № 2 (47). С. 207–213.
- Шаманина, Захаренко 2020 – *Шаманина Е.И., Захаренко Ю.С.* Биометрические технологии как перспективное направление совершенствования дистанционного банковского обслуживания // Вестник университета. 2020. № 5. С. 193–199.
- Шишкина 2019 – *Шишкина Д.А.* Цифровая ипотека в России: проблемы и перспективы развития // Промышленность: экономика, управление, технологии. 2019. № 4 (78). С. 129–133.

References

- Aleshnikova, V.I., Beregovskaya, T.A., and Sumarokova, E.V. (2019), “Omnichannel marketing strategy”, *Vestnik Universiteta*. no. 2, pp. 39–45.
- Beldinova E.V. (2021), “Improvement of business models of Russian banks in the context of digitalization”, *Nauka v sovremennom mire: Materialy Mezhdunarodnoi (zaochnoi) nauchno-prakticheskoi konferentsii* [Science in the modern world. Proceedings of the international (correspondence) scientific-practical conference]

- ceedings of the International (by correspondence) scientific and practical conference], Neftekamsk, Russia, pp. 231–242.
- Berova, F.Zh. (2020), “Age structure of the population and its role in the socio-economic development of the region”, *News of the Kabardino-Balkarian Scientific Center of the RAS*, no. 1 (93), pp. 3–10.
- Bykanova, N.I. (2022), “Trends in the banking industry in the era of digital technology development”, *Research Result. Economic Research*, no. 8 (2), pp. 107–118, DOI: 10.18413/2409-1634-2022-8-2-0-11.
- Makhalin, V.N. and Makhalina, O.M. (2018), “Management of calls and threats in digital economy of Russia”, *Upravlenie / Management (Russia)*, no. 6 (2), pp. 57–60.
- Radaev, V.V. (2018), “Millenials compared to previous generations: an empirical analysis”, *Sociological Studies*, no. 3, pp. 15–33, DOI: 10.7868/S0132162518080029.
- Samiev, P.A., Zakirova, V.R. and Shvandar, D.V. (2020), “Ecosystems and marketplaces: Overview of the Financial Services Market”, *Financial Journal*, vol. 12, no. 5, pp. 86–98, DOI: 10.31107/2075-1990-2020-5-86-98.
- Shamanina, E.I. and Zakharenko, Yu.S. (2020), “Biometric technologies as a perspective direction of improving remote bank service”, *Vestnik universiteta*, no. 5, pp. 193–199, DOI: 10.26425/1816-4277-2020-5-193-199.
- Shishkina, D.A. (2019), “Digital mortgage in Russia: problems and prospects for development”, *Industry: economics, management, technology*, no. 4 (78), pp. 129–133.
- Sopilko N.Yu. and Gorbacheva V.V. (2022), “HR analytics in the context of increasing labor productivity at industry companies”, *RSUH/RGGU Bulletin. “Economics. Management. Law”*, no. 4, pp. 8–19, DOI: 10.28995/2073-6304-2022-4-8-19.
- Sopilko N.Yu., and Myasnikova O.Yu. (2021), “The main trends of digital transformation of the economy of the EAEU countries”, *Voprosy regional'noi ekonomiki*, no. 2 (47), pp. 207–213.
- Zaburdaeva, E.V. (2020), “Sociocultural analysis of millennials in Russia”, *Concept: Philosophy, Religion, Culture*, vol. 4. no. 4, pp. 122–134, DOI: 10.24833/2541-8831-2020-4-16-122-134.

Информация об авторах

Елена Н. Пятшева, кандидат социологических наук, доцент, Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия; 125047, Россия, Москва, Миусская пл., д. 6; elena.pyatsheva@hotmail.com

Анжелика Ф. Орлова, кандидат экономических наук, доцент, АО НПО «Техномаш» имени С.А. Афанасьева, Москва, Россия; 127018, Москва, 3-й проезд Марьиной Рощи, д. 40, стр. 1; orlova-angelika@yandex.ru

Information about the authors

Elena N. Pyatsheva, Cand. of Sci. (Sociology), associate professor, Russian State University for the Humanities, Moscow, Russia; bld. 6, Miusskaya Square, Moscow, Russia, 125047; elena.pyatsheva@hotmail.com

Anzhelika F. Orlova, Cand. of Sci. (Economics), associate professor, JSC NPO Technomash named after S.A. Afanasyev, Moscow, Russia; bldg. 1, bld. 40, 3rd passage of Mar'ina Roshcha, Moscow, Russia, 127018; orlova-angelika@yandex.ru