

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

На правах рукописи

Зиновьева Елена Андреевна

МОДЕРНИЗАЦИЯ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

5.2.4. Финансы

ДИССЕРТАЦИЯ
на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Научный руководитель

Соколинская Наталия Эвальдовна,
кандидат экономических наук, профессор

Москва – 2025

Оглавление

Введение.....	4
Глава 1 Теоретические основы и особенности банковских продуктов в условиях цифровой экономики.....	13
1.1 Понятия банковского продукта, банковской услуги, финансового продукта и их особенности	13
1.2 Классификация банковских продуктов, кластерный анализ их свойств и разработка паспортов банковских продуктов.....	35
1.3 Основные направления модернизации банковских продуктов и влияющие на них факторы в условиях цифровой экономики.....	45
Глава 2 Анализ и оценка развития банковских продуктов в условиях цифровой экономики	64
2.1 Анализ показателей национальной платежной системы для оценки финансовой доступности в разрезе региональной специфики.....	64
2.2 Влияние показателей цифровизации платежной системы Российской Федерации в региональном разрезе на объемы реализации продуктов банковского сектора.....	82
2.3 Современное состояние и проблемы внедрения банковских продуктов в цифровом формате	94
Глава 3 Предложения и рекомендации по модернизации банковских продуктов в условиях цифровой экономики.....	109
3.1 Механизм формирования кластеров клиентов с востребованными у них свойствами банковских продуктов и разработка клиентоцентричного подхода в целях модернизации банковских продуктов	109
3.2 Методические подходы к формированию и расчету индекса модернизации банковского продукта в целях совершенствования банковских продуктов.....	119
3.3 Рекомендации по проведению модернизации банковских продуктов в условиях цифровой экономики в Российской Федерации ...	129

Заключение	147
Список литературы	151
Приложение А Пример типовой анкеты для всех субъектов Российской Федерации ежегодного всероссийского опроса глав муниципальных образований	168
Приложение Б Кросс-секционная выборка данных в региональном разрезе	177
Приложение В Алгоритм кластеризации клиентов с помощью метода К-средних и отбора кластеров	181

Введение

Актуальность темы исследования. Внедрение цифровых технологий в экономике и социальной сфере стало одним из ключевых факторов развития высокотехнологичного бизнеса, затронуло практически все ее сектора, в том числе наиболее восприимчивые к новациям. К таким секторам относится банковский сектор, институты которого успешно внедряют и используют в своей практической деятельности, взаимоотношениях с клиентами цифровые технологии и связанные с ними продукты и услуги. Не вызывает сомнения, что высокотехнологичный бизнес оказывает влияние на свойства банковского продукта, в том числе его стоимость и потребительную стоимость, обуславливая необходимость в постоянной модернизации банками своего продуктового предложения.

Цифровые технологии могут оказывать разнонаправленное влияние на стоимость банковских продуктов: повышать затраты на стадии внедрения технологий и приносить выгоды при масштабировании предложения. Вместе с тем, наряду со стоимостью продукта, его потребительные свойства для клиента банка приобретают все более существенное значение в связи с новыми запросами контрагентов банка. Этот интерес заставляет банки постоянно модернизировать как саму продуктовую линейку, так и придавать продуктам новые свойства. Кроме того, стремление банков сохранять и укреплять свои конкурентные позиции на рынке банковских продуктов и услуг, в том числе за счет масштабирования бизнеса, требует глубокого изучения как свойств, присущих банковским продуктам, так и анализа изменения спроса в региональном разрезе.

Данная группа вопросов находит отражение в теории и практике, однако разработке методических подходов проведения модернизации банковских продуктов в контексте новых явлений и запросов клиентов не уделяется должного внимания. В этой связи полагаем, что модернизация банковских продуктов в условиях цифровой экономики, являясь непрерывным, а не

дискретным процессом, становится одним из приоритетных направлений деятельности банков, реализация которого создает условия для повышения доступности и удовлетворенности клиентов продуктовым предложением банков в рамках следования современным трендам во взаимодействии с клиентами: переход от клиентоориентированной к клиентоцентричной модели ведения бизнеса.

Степень разработанности темы исследования. Вопросы, связанные с исследованием проблематики внедрения банковских продуктов и оказания банковских услуг кредитными организациями, достаточно широко освещены в научных трудах отечественных и зарубежных ученых, имеющих фундаментальный характер. Их изучение является отправной точкой для научных экономических изысканий в данной области.

Общие вопросы определения и сущности банковского продукта и банковской услуги нашли отражение в современной научной литературе в исследованиях отечественных ученых И.Т. Балабанова, В.В. Долинской, А.В. Дроздовой, О.И. Лаврушина, В.М. Мазняк, М.С. Марамыгина, О.М. Марковой, В.А. Перепелкина, Т.Ю. Тарасовой, А.М. Тавасиева, Т.Н. Флигинских, Е.Г. Шатковской, Е.О. Шведа и других.

Влияние финансовых технологий в коммерческих банках и вопросы цифровой трансформации банковской деятельности изучаются в работах Н.А. Амосовой, Е.В. Косарева, С.В. Криворучко, И.В. Ларионовой, Н.Н. Мартыненко, В.В. Масленникова, К.Ю. Решетова, О.С. Рудаковой, Н.Э. Соколинской, А.Е. Ушанова, М.А. Федотовой, Е.Е. Фроловой, а также в работах зарубежных ученых В. Авианто (W. Avianto), В. Ари Вибово (W. Ari Wibowo), К. Варга (K. Varga), П. Фехер (P. Feher), Р. Шанти (R. Shanti) и других.

Анализу понятия цифровой экономики посвящены работы А.В. Бабкина, Е.В. Барыло, М.М. Бессмертной, Д.Д. Буркальцевой, О.В. Вагановой, Ю.Н. Воробьева, Н.В. Зяблицкой, Д.Г. Костень, К.В. Криничанского, М.В. Лосева, А.С. Линникова, Н.Е. Соловьевой, К.В. Шакировой, М.А. Эскиндарова, в том числе зарубежных авторов Р. Бухта

(R. Bukht), М. Вермелингера (M. Wermelinger), С. Далмана (C. Dahlman), С. Мили (S. Mealy), Ю. Чена (Y. Chen), Р. Хикса (R. Heeks) и других.

Вопросы социальной ответственности в условиях цифровизации затрагиваются в работах Е.М. Витальевой, Ю.В. Куваевой, А.В. Микрюкова, А.И. Серебренниковой, Е.П. Терновской, Д.А. Чичуленкова, а также в работах зарубежных авторов Х.Р. Боуэна (H.R. Bowen), К. Дэвис (K. Davis), А.Б. Керолла (A.B. Carroll) и других.

Вместе с тем изучение трудов отечественных и зарубежных авторов по теме диссертации выявило, что вопросы, касающиеся модернизации банковских продуктов в условиях цифровой экономики, остаются недостаточно исследованными, и существует ряд нерешенных проблем внедрения банковских продуктов, связанных с уникальными особенностями в России, включая географические и демографические характеристики. Проведение комплексного экономического исследования в данном направлении позволит обеспечить прирост теоретических и практических знаний экономической науки, что и обусловило выбор темы диссертации, постановку цели и задач исследования.

Целью исследования является развитие теоретических и методических подходов модернизации банковских продуктов в условиях цифровой экономики, а также подготовка практических рекомендаций по их сопровождению с учетом потребностей клиентов.

Для достижения указанной цели необходимо решить следующие **задачи**:

- разграничить понятия «банковский продукт» и «банковская услуга»;
- уточнить содержательное наполнение банковского продукта, установить его природу и особенности;
- определить значимые факторы, обуславливающие потребность в модернизации банковских продуктов в условиях цифровой экономики;
- проанализировать показатели доступности банковских продуктов в региональном разрезе и разработать методические подходы оценки влияния цифровых технологий на объемы их реализации;

- в рамках клиентоцентричного подхода предложить механизм кластеризации клиентов банка, предъявляющих спрос на продукты со схожими свойствами;
- разработать методический подход расчета индекса, отражающего целесообразность проведения модернизации банковского продукта;
- сформировать комплекс рекомендаций по модернизации банковских продуктов в условиях цифровой экономики.

Объектом исследования являются банковские продукты в условиях цифровой экономики.

Предметом исследования являются процессы модернизации банковских продуктов, в том числе на основе современных технологий их разработки и каналов продаж.

Научная новизна исследования заключается в расширении и углублении теоретических положений в части совершенствования содержательного аппарата исследуемой области научных знаний и обоснования понятия «банковский продукт» с выявлением его особенностей на основе впервые сформулированных специфических критериев, а также в разработке методического инструментария оценки целесообразности проведения модернизации банковского продукта в развитие клиентоцентричного подхода ведения бизнеса.

Положения, выносимые на защиту:

1) Расширен аппарат существующих научных знаний обоснованием различий между понятиями «банковский продукт» и «банковская услуга» на основе специфического сочетания критериев: субъектный состав, характер процесса взаимодействия банка и клиента, границы и глубина внутреннего содержания и процессного управления (С. 26-28).

2) Предложен углубленный подход к рассмотрению содержания банковского продукта как результата деятельности, выражающегося через единство стоимости, которая определяется затратами банка на его создание, и потребительской стоимости, которая, с одной стороны, отражает общие

свойства продукта, направленные на удовлетворение существующих потребностей клиентов, а с другой, – должна предвосхищать запросы клиентов в условиях динамично развивающихся цифровых технологий (С. 29-30).

3) Впервые сформулирован ключевой фактор клиентоцентричного подхода к совершенствованию банковских продуктов, отличительной особенностью которого является предопределение спроса клиентов, а также скорость реагирования банка на потребности клиентов, по результатам анализа внешних и внутренних факторов, влияющих на основные направления модернизации банковских продуктов в условиях цифровой экономики (С. 50-61).

4) На основании применения эконометрического метода наименьших квадратов в линейной регрессии, показывающего взаимосвязь внедрения цифровых технологий и реализации банковских продуктов, доказано, что доминирующим фактором, непосредственно влияющим на объемы реализации продуктов банковского сектора, является продвижение безналичной формы расчетов с использованием платежных карт (С. 82-93).

5) В рамках клиентоцентричного подхода предложен механизм формирования групп (кластеров) клиентов, предъявляющих спрос на банковские продукты, обладающие общими свойствами, практическое внедрение которого позволит выявлять наиболее востребованные потребительские свойства продуктов в разных целевых клиентских группах (кластерах) и определять целесообразность их последующей модернизации (С. 42-45; 111-113).

6) Разработаны методические подходы формирования индекса модернизации банковского продукта, главной особенностью которого является его расчет в рамках клиентских кластеров с учетом взвешенных значений каждого свойства банковского продукта, и применение которого может стать практическим инструментом при оценке менеджментом банков целесообразности или нецелесообразности проведения модернизации банковского продукта (С. 119-123).

7) Определены рекомендации по проведению модернизации банковских

продуктов в условиях цифровой экономики в Российской Федерации, а именно: целесообразно дополнить статью 1 Федерального закона от 2 декабря 1990 года № 395-1 «О банках и банковской деятельности» определением понятия «банковский продукт»; внести изменения в содержание паспортов продуктов, указанных в разъяснениях Банка России о паспортизации финансовых продуктов от 11.09.2020 № ИН-06-59/130, в части включения в них наиболее востребованных потребительских свойств продуктов для разных целевых клиентских групп по результатам практического применения индекса модернизации банковских продуктов и включать паспорта продукта в состав договора об оказании услуг; проводить на регулярной основе на территории России исследования об удовлетворенности предложением банковских продуктов домашних хозяйств и бизнеса в региональном разрезе, а также проводить опросы, позволяющие оценить удовлетворенность каналами обслуживания, в том числе онлайн, людей с инвалидностью, пожилых и иных маломобильных групп населения (С. 113-116; 145-146).

Методология и методы исследования. Теоретической и методологической основой исследования послужили научные труды отечественных и зарубежных ученых по вопросам внедрения банковских продуктов и оказания банковских услуг кредитными организациями. В процессе исследования использовались следующие общие методы научного познания: сбор и обработка информации, сравнение и обобщение, систематизация и классификация, анализ и синтез, индукция и дедукция, а также статистические методы, интеллектуальный анализ данных, метод машинного обучения и другие.

Теоретическая значимость работы заключается в развитии теории модернизации банковских продуктов в условиях цифровой экономики, разработке рекомендаций по выбору направлений модернизации с учетом клиентского спроса и предотвращения недобросовестных практик в целях обеспечения транспарентности предоставления банковских продуктов, что имеет высокий потенциал применения менеджментом банка при выборе стратегии цифрового развития.

Практическая значимость работы заключается в том, что содержащиеся в диссертации методические и практические подходы к модернизации банковских продуктов в условиях цифровой экономики могут быть использованы кредитными организациями в качестве инструмента принятия управленческих бизнес-решений по внедрению цифровых технологий и создания новых маркетинговых инициатив с учетом потребностей клиентов, а также в разработке рекомендаций по усовершенствованию нормативно-правовой базы Банка России на основе расширения теоретического аппарата и прикладного инструментария.

Информационную базу исследования составили труды отечественных и зарубежных ученых, аналитические отчеты и статистические данные, опубликованные Банком России, законодательные и иные нормативные правовые акты Российской Федерации, паспорт национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации», материалы консалтинговых компаний, российских информационных агентств, Всемирного банка, специализированная периодическая литература, нормативные и иные акты Банка России.

Область исследования соответствует п. 4. «Банки и банковская деятельность. Банковская система» Паспорта научной специальности 5.2.4. Финансы (экономические науки).

Степень достоверности, апробация и внедрение результатов исследования. Достоверность результатов проведенного исследования подтверждается использованием в качестве теоретической, методологической и информационной базы научных трудов российских и зарубежных авторов в области внедрения банковских продуктов кредитными организациями, положений действующей нормативно-правовой базы, корректным применением в работе актуальных научных методов исследования.

Основные положения и результаты исследования, сформированные в диссертации, прошли апробацию, доложены и получили одобрение на научно-практических конференциях: на IX Международной научно-практической конференции «Правовая защита, экономика и управление

интеллектуальной собственностью» (Москва, Финансовый университет, 16-18 октября 2020 г.); на III Международной научно-практической конференции «Мир в эпоху глобализации экономики и правовой сферы: роль цифровых технологий» (Москва, МЦНТИ, 28 апреля 2021 г.); на Межвузовском круглом столе «На пути к новому научному эгрегору: выстраивание концептуальной парадигмы» (Москва, Финансовый университет, 14-16 мая 2021 г.); на Международном круглом столе «Развитие международного сотрудничества в науке, образовании и управлении информационной безопасностью» (Москва, МЦНТИ, 8 июня 2021 г.); на III Международной научно-практической конференции «Трансформация финансовых рынков и финансовых систем в условиях цифровой экономики» (Москва, Финансовый университет, 14-15 октября 2021 г.); на XI Международной научно-практической конференции «Правовая защита, экономика и управление интеллектуальной собственностью» (Москва, Финансовый университет, 22-24 октября 2021 г.); на IV Международной научно-практической конференции «Трансформация финансовых рынков и финансовых систем в условиях цифровой экономики» (Москва, Финансовый университет, 20-21 октября 2022 г.); на VIII Всероссийской научно-практической конференции «Экономика отраслевых рынков: формирование, практика и развитие» (Москва, Финансовый университет, 26 января 2024 г.).

Результаты исследования используются в практической деятельности Общества с ограниченной ответственностью «ФАКТОРинг ПРО», в частности применяется разработанный в диссертации индекс модернизации продуктов. Применение индекса в целом зарекомендовало себя в качестве действенного инструмента принятия бизнес-решений при выборе направлений и стратегии цифрового развития организации. Внедрена модель кластеризации критериев и подкритериев продуктов с помощью K-means для построения образа потребителя с его предпочтениями на основе сформированных кластеров. Модель используется для создания новых маркетинговых инициатив с учетом потребностей клиентов. Выводы и основные положения диссертации

используются в практической работе Общества с ограниченной ответственностью «ФАКТОРинг ПРО» в рамках совершенствования моделей персонализированных подходов при работе с клиентами.

Материалы диссертации использовались Департаментом банковского дела и монетарного регулирования Финансового факультета Финансового университета в преподавании учебной дисциплины «Деньги, кредит, банки».

Апробация и внедрение результатов исследования подтверждены соответствующими документами.

Публикации. Основные положения и выводы проведенного исследования нашли свое отражение в 12 публикациях общим объемом 9,07 п.л. (авторский объем – 6,1 п.л.), в том числе 9 работ общим объемом 6,99 п.л. (авторский объем – 4,72 п.л.) опубликованы в рецензируемых научных изданиях, определенных ВАК при Минобрнауки России.

Структура и объем диссертации обусловлены целью, задачами и общей логикой исследования. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы из 120 наименований и трех приложений. Текст диссертации изложен на 185 страницах, содержит 18 таблиц, 35 рисунков и 7 формул.

Глава 1

Теоретические основы и особенности банковских продуктов в условиях цифровой экономики

1.1 Понятия банковского продукта, банковской услуги, финансового продукта и их особенности

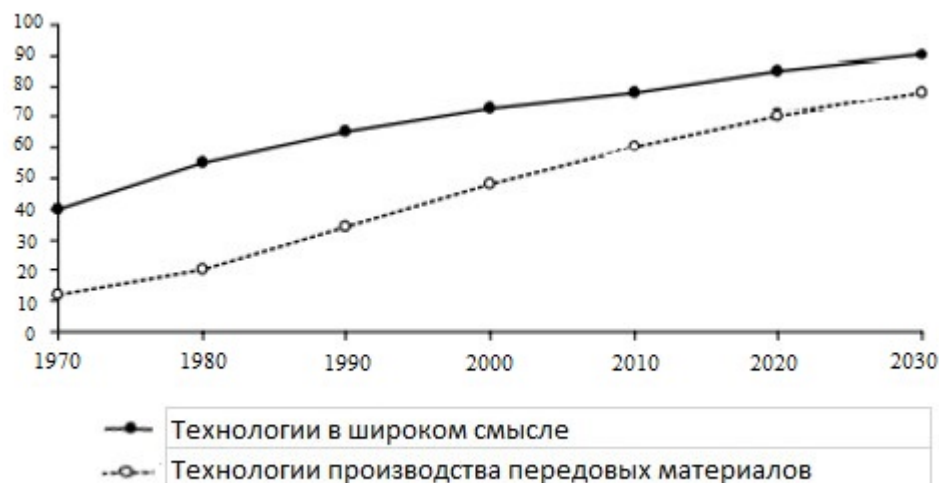
Для благополучного существования общества и устойчивого функционирования национальной экономики необходимо перманентное привлечение временно свободных денежных средств субъектов хозяйствования [62]. Воспроизводственный контур экономики представляет собой цикл четырех этапов – производства, распределения, обмена и потребления. В процессе производства возникают экономические денежные отношения – финансы, которые представляют собой систему экономических отношений по созданию, распределению и использованию фондов денежных средств и процессов перераспределения совокупного общественного продукта и национального дохода [29].

В свою очередь, именно банковский сектор выполняет одну из ключевых функций в перераспределении денежных средств всего воспроизводственного процесса между различными секторами экономики. Банковский сектор является необходимым элементом повышения эффективности национальной экономики.

В последнее десятилетие происходит активная трансформация воспроизводственного процесса с целью повышения экономического роста и увеличения производительности труда. Экономический рост представляет собой один из ключевых показателей в народном хозяйстве, количественное и качественное совершенствование общественного продукта и факторов его производства [29].

Традиционные технологии больше не могут поддерживать экономический рост на должном уровне и обеспечивать конкурентоспособную среду во многих секторах экономики. Поэтому необходимо внедрение передовых

технологий и переход к обновленным бизнес-моделям развития производства. На рисунке 1 показано процентное соотношение вклада передовых производственных технологий в экономический рост, к 2030 году явно прослеживается доминирование применения технологий.



Источник: [69].

Рисунок 1 – Зависимость экономического роста от применения технологий, в процентах

Внедрение цифровых технологий в хозяйственную деятельность предоставляет дополнительные возможности обеспечения экономического роста и повышения производительности труда.

В условиях пандемии новой коронавирусной инфекции 2020 года внедрение цифровых технологий и дистанционных сервисов стало необходимой мерой. Пандемия послужила своего рода катализатором для ускоренного старта цифровизации, население и бизнес стали приспосабливаться к цифровым технологиям, постепенно привыкать к новым дистанционным сервисам и продуктам.

При этом спрос на цифровые технологии диктует само общество, заинтересованное в полноценном и круглосуточном доступе к обслуживанию, получении максимально возможного набора финансовых продуктов и услуг посредством многофункционального эталон-сервиса «единое окно», повышении финансовой доступности в целом и диверсификации портфеля банковских продуктов [62].

Таким образом, необходима модернизация самой экономики на основе научно-технологического прогресса, подразумевающая под собой полномасштабное обновление хозяйственной деятельности и бизнес-подходов к разработке продуктов.

Благодаря усилившемуся в период пандемии воздействию цифровизации на все сферы жизни общества не остался в стороне и банковский сектор, который активно включился в процесс трансформации своей деятельности на основе цифровых технологий, разработки и внедрения новых банковских продуктов, обладающих большим коммерческим потенциалом, нежели традиционные продукты и услуги. С учетом роста рыночной конкуренции сохранение клиентуры, привлечение новых клиентов и максимальное удовлетворение их потребностей является стимулом создания новых и (или) модернизации имеющихся банковских продуктов, что оказывает существенное влияние на лояльность клиентов и, тем самым, на увеличение прибыли банка.

Банк России в этот период, способствуя формированию тенденции технологической трансформации банковского сектора, в свою очередь, активно начал создавать и поддерживать цифровые финансовые сервисы (удаленная идентификация, Единая биометрическая система, Система быстрых платежей, «Маркетплейс», Цифровой профиль, электронный документооборот) [60].

В рамках настоящего параграфа проанализированы различные подходы к толкованию понятий «продукт», «банковский продукт», приведена собственная дефиниция банковского продукта, обосновано различие понятий банковского продукта, банковской услуги, рассмотрено понятие «финансовый продукт».

Необходимо отметить, что несмотря на обилие трактовок термина «банковский продукт», единый подход к дефиниции банковского продукта в экономической литературе отсутствует. Это приводит к утрате термином должной строгости, стройности определения и научной наполняемости, что негативным образом отражается на адекватном его понимании обществом

и применении в повседневной жизни. Законодательными и иными нормативными правовыми актами определение банковского продукта также не установлено. При этом в научной литературе сложилось несколько подходов в отношении взаимосвязанности, идентичности и отличия банковского продукта от банковской услуги.

Для целей настоящего исследования представляется необходимым определить дефиницию банковского продукта, вновь сформулированную с учетом уже имеющихся доктринальных исследований, а также выявить отличие исследуемого объекта – банковского продукта – от других смежных объектов (сущностей).

Для этого целесообразно руководствоваться следующими взаимосвязанными между собой аспектами:

1) «Определенность, благодаря которой какая-то вещь есть лишь эта вещь, которая заключается исключительно в ее свойствах, и ими она отличается от других вещей» [25].

2) «Отграничение того или иного понятия от других, смежных или сходных с ним понятий и категорий; обозначение тех характеристик и признаков предмета или явления, которые отличают его от всех иных субстанций» [24].

3) Раскрытие содержания сходных понятий путем указания на основные, существенные признаки изучаемого предмета, которые отличают его от других общественных явлений [23].

С учетом вышеизложенного в первом параграфе определены существенные характеристики банковского продукта, которые отграничивают его от смежных и сходных с ним объектов, с целью исключения неоднозначного толкования данного понятия.

В ходе исследования проанализированы подходы к определению понятия «продукт» в соответствии с таблицами 1-2.

В отличие от общеупотребительного толкования в академических словарях наблюдается несколько иной подход, чем в экономических словарях,

к исследованию значения термина «продукт», который определяют и с точки зрения удовлетворения человеческой потребности, и «как экономический показатель, характеризующий суммарный объем произведенной конечной готовой продукции в денежном выражении» [22]. Таким образом, «продукт наделяется таким свойством, как полезность – то есть свойством объекта удовлетворять потребность субъекта, и представляет часть макроэкономического показателя – валового продукта за вычетом производственного потребления материалов. При этом продукт обладает социальными свойствами, определяющими его полезность для общества» [22].

Таблица 1 – Толкование понятия «продукт» в академических словарях

Источник	Толкование понятия «продукт»	Выводы
Объяснительный словарь иностранных слов, употребляемых в русском языке [50]	«Продукт» (лат.) означает «Произведение»	Слово продукт заимствовано из латинского языка
Толковый словарь живого великорусского языка В.И. Даля [27]	«Продуктъ, латн. productum » трактуется как «произведение природы, бол. о сельских, полевыхъ произведеньяхъ, или о сыромъ, естественномъ товаръ»	Термин «продукт» трактуется только в контексте сельскохозяйственного производства
Большой толковый словарь русского языка Д.Н. Ушакова [51]	«Продукт» (от латин. productus – произведенный) означает следующее: 1 Предмет, являющийся результатом человеческого труда. 2 Создание, порождение, неизбежное следствие, результат чего-нибудь. 3 Вещество, получаемое химическим или иным путем из другого вещества. 4 Вещество, служащее для изготовления чего-нибудь. 5 В соединении со словом <питания> и без него, съестные припасы	Расширение и развитие терминологического использования слова «продукт» в разных аспектах: результат человеческого труда; создание чего-либо; химическая область использования и как продукты питания, съестные припасы и прочее
Толковый словарь русского языка С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой [41]	«Продукт» определяется следующим образом: 1 Предмет как результат человеческого труда (обработки, переработки, исследования). 2 Следствие, результат, порождение чего-либо. 3 Предметы питания, съестные припасы	Определение термина «продукт» как результата человеческого труда дополняется смысловыми значениями обработки, переработки и исследования

Источник: составлено автором по материалам [41; 50; 27; 51].

Таблица 2 – Толкование понятия «продукт» в экономических словарях

Источник	Толкование понятия «продукт»
Словарь экономических терминов [26]	Продукт труда – это произведенный продукт, способный удовлетворять какую-либо человеческую потребность [26]
Большой экономический словарь [22]	«Интеллектуальный продукт – результат интеллектуальной деятельности. Включает в себя изобретения, открытия, патенты, научные отчеты и доклады, проекты, описания технологий, литературные, музыкальные, художественные произведения, произведения искусства и так далее. Конечный продукт – обобщающий экономический показатель, характеризующий суммарный объем произведенной конечной, завершенной в производстве, готовой продукции в денежном выражении. Представляет часть валового продукта за вычетом производственного потребления материалов» [22]

Источник: составлено автором по материалам [26; 22].

С учетом изучения представленных выше толкований термина «продукт» можно сделать вывод о том, что в отличие от продукта производственного характера банковский продукт невозможно накопить, создать запасы и хранить на складе.

Таким образом, можно назвать следующие особенности банковского продукта, которые отличают его от других смежных объектов: ненакапливаемость, полезность, а также социальные свойства, пригодность и значимость в обществе.

При разработке стратегии развития хозяйственной деятельности в краткосрочной и (или) долгосрочной перспективе перед руководством кредитных учреждений постоянно встает вопрос о развитии своей продуктовой линии, а именно:

а) сохранении имеющихся банковских продуктов без изменения (традиционных банковских продуктов);

б) создании новых банковских продуктов с учетом современной конъюнктуры рынка;

в) кроме создания новых и сохранения традиционных банковских продуктов, банки могут модернизировать имеющиеся банковские продукты в условиях цифровой экономики, при этом важно понимать стратегию модернизации, включающую в себя новые задачи, пути их достижения и план

мероприятий для достижения конечной цели.

Надо отметить, что определение понятия «продукт» представлено далеко не во всех словарях экономических терминов, а дефиницию понятия «банковский продукт» в академических словарях не встретить, что свидетельствует о недостаточном внимании профессиональной справочной экономической литературы к указанным терминам. Данный факт можно отнести к выявленной проблематике, поскольку формирование адекватного понятийного аппарата является необходимым условием единообразного понимания и употребления экономических терминов в обществе.

С учетом изложенного возникает необходимость в урегулировании данной проблемы и установлении однозначного толкования понятия «банковский продукт».

С учетом проведенной работы по изучению архивных отечественных документов и периодических изданий необходимо отметить, что понятия «банковская услуга» и «банковские операции» встречаются в работах начиная с 1983 года.

Одно из самых ранних упоминаний банковского продукта можно найти в диссертационном исследовании 1993 года В.В. Львова «Коммерческий банк как субъект рыночных экономических отношений» (далее – диссертация 1993 года), в котором поднимался вопрос о банковском производстве и финансовых услугах как особом продукте этого производства, были освещены вопросы мультипроизводственного характера банка как фирмы, а также отмечено, что в то время подавляющее большинство коммерческих банков в России являлись оптовыми, розничное банковское дело было развито слабо, и продукты в большинстве своем сводились к традиционным кредитным продуктам, при этом факторы экономического окружения не столько стимулировали, сколько препятствовали развитию новых банковских продуктов и связанных с их производством технологий [82].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что терминология «производственного характера» укрепляется в обороте банковских понятий:

банк рассматривается как фирма, продукты употребляются в контексте продуктов банковского производства.

Более того, в диссертации 1993 года упоминается про применение коммерческими банками информационных технологий, то есть уже тогда зарождалось понимание того, что технологии являются драйвером развития новых банковских продуктов (электронные платежные переводы, автоматизированное кассовое обслуживание и прочие), средством вытеснения из банковской отрасли неквалифицированной рабочей силы, снижения издержек в расчете на единицу продукта и так далее [82].

Обществу потребовалось почти четверть века, чтобы приступить к воплощению в жизнь тех замыслов, о которых научное сообщество говорило и проводило исследования еще в 1990-е годы.

Одновременно с этим для изучения сущности банковского продукта необходимо исследовать различные подходы к определению его понятия среди современных ученых и исследователей.

По мнению И.И. Васильева, банковский продукт в широком смысле можно рассматривать как результат интеллектуальной деятельности коммерческого банка, связанного с предоставлением банковской услуги. В узком же смысле – это материально оформленная часть банковской услуги (например, банковский документ или свидетельство), которая выпускается банком для обслуживания клиента и проведения банковских операций [36].

В части широкой трактовки следует признать, что, безусловно, основополагающим содержанием банковского продукта является результат интеллектуальной деятельности. Однако в процессе создания банковского продукта формируются технологические решения, документы, создается ИТ-инфраструктура и так далее, которые имеют вполне конкретное материальное наполнение, но при этом, конечно, ведущую роль для их создания также играет интеллектуальная деятельность, выступающая в качестве источника их планирования и реализации.

Одновременно с этим необходимо отметить, что создание банковского продукта не может являться всего лишь сопутствующей деятельностью, связанной с реализацией банковского продукта. Безусловно, последующая реализация соответствующей услуги – это цель банковского продукта, но тем не менее создание банковского продукта хронологически первично, нежели оказание услуги, поскольку на стадии его формирования и вплоть до оказания первой услуги первому клиенту в рамках банковского продукта говорить об оказании услуг преждевременно. Таким образом, банковский продукт предшествует началу оказания услуг, а после начала оказания услуг охватывает и сопровождает процесс их оказания и совершенствования.

В части узкого понимания банковского продукта как некоего документа, создаваемого в процессе оказания услуг, считаем возможным отметить следующее. Содержание любых отношений и процессов, складывающихся в процессе оказания услуг, безусловно, преобладает и довлеет над их формой. Аналогичный подход применим и к результатам оказания услуг, интерес в получении которых обязательно имеет экономическое содержание для сторон договора и в некоторых случаях – материальное (физическое). Вместе с тем последнее актуально и применимо только в тех случаях, когда создание некоего материального объекта является самоцелью оказания услуги.

При этом достаточно очевидно, что, например, банковская карта или банковский документ, подтверждающий проведение той или иной операции в рамках реализации банковского продукта – это сопутствующий документ, но никак не результат оказания услуг (например, банковская карта, не связанная с расчетным счетом, сама по себе не сможет принести пользователю экономическое благо, ради которого она оформлялась, аналогично – любые банковские документы сами по себе не принесут экономической пользу лицам, которым они выданы).

Таким образом, указанные документы являются либо производными результатами его реализации (подтверждающие документы), либо производными средствами (банковская карта), помогающими реализовать

банковский продукт, которые в то же время не могут являться тождественными самому банковскому продукту.

О.И. Лаврушин определяет «банк как специфическое предприятие производит продукт, существенно отличающийся от продукта сферы материального производства, он производит не просто товар, а товар особого рода в виде денег, платежных средств. Помимо данного продукта банки предоставляют различного рода услуги, преимущественно денежного характера» [35].

По мнению О.И. Лаврушина, «банковские продукты, как и продукты любого предприятия, являются результатом деятельности кредитной организации и предлагаются в качестве товара на различных сегментах банковского рынка. При этом отличительной чертой банковских продуктов является их нематериальный и денежный характер» [34].

В.М. Мазняк считает, что «банковский продукт – это результат деятельности коммерческого банка в собственных интересах, а также клиентов и общества, проявляющий себя в форме неразрывного единства банковских операций, услуг и прироста безналичной денежной массы» [73].

С точки зрения О.М. Марковой, банковский продукт представляет собой «упорядоченный и внутренне структурированный инструмент, моментально оформляемую систему связанных между собой организационных, юридических и финансовых действий, которые представлены целостным регламентом взаимодействия работников банка и обслуживаемых клиентов» [46].

Таким образом, соглашаясь с изложенным и синтезируя представленные подходы, следует констатировать, что банковский продукт можно представить как результат деятельности кредитной организации, имеющей своей конечной целью удовлетворение потребностей клиента [60].

А.М. Тавасиев определяет «банковский продукт как конкретный способ, которым банк оказывает или готов оказывать ту или иную услугу нуждающемуся в ней клиенту, то есть упорядоченный, внутренне согласованный и, как правило, документально оформленный комплекс взаимосвязанных организационных, технико-технологических, информационных,

финансовых, юридических и иных действий (процедур), составляющих целостный регламент взаимодействия сотрудников банка (конкретных его подразделений) с обслуживаемым клиентом, единую и завершенную технологию обслуживания клиента» [48].

По мнению А.И. Архипова, банковский продукт – это конкретный метод оказания банком услуги клиенту, то есть система документально оформленных процедур обслуживания клиента [53].

Представленные подходы определяют банковский продукт через способ и (или) метод оказания банковских услуг. Указанные позиции в целом можно поддерживать, но только отчасти. Безусловно, любой банковский продукт отвечает на вопрос, как оказать ту или иную банковскую услугу. Одновременно с этим не в полной мере истинным представляется дифференциация банковского продукта от банковской услуги.

В связи с этим, возникает резонный вопрос в отношении взаимосвязанности понятий банковского продукта и банковской услуги, их особенностей и специфики. Необходимо отметить, что в научном сообществе на этот счет сформировалось несколько подходов, систематизированных в таблице 3.

Таблица 3 – Подходы к толкованию понятий «банковский продукт» и «банковская услуга»

Подходы	Описание подхода
1	2
Первый подход	«Банковский продукт и банковская услуга являются связанными, но не пересекающимися понятиями» [30]. Как обозначено выше, в таком ракурсе «банковский продукт представляет собой определенный способ, с помощью которого банки оказывают или готовы оказать определенную услугу, необходимую потребителю» [46]. Кроме того, встречается мнение о том, что «в качестве банковских продуктов предлагается рассматривать векселя, чеки, банковские проценты, депозиты, сертификаты и так далее. Под банковской услугой предлагается понимать банковскую операция по обслуживанию клиента. В качестве сходства банковского продукта и банковской услуги – это их общая задача, связанная с удовлетворением потребности клиента и способствованием получению прибыли» [78]. При этом, в основном, «банковский продукт носит первичный характер, а банковская услуга – вторичный» [80]

Продолжение таблицы 3

1	2
Второй подход	«Банковская услуга является разновидностью банковского продукта, обладающей следующими чертами: во-первых, представляет собой вид банковской деятельности, который не связан с движением денежных средств по балансовым счетам кредитной организации, однако который влечет за собой некоторые виды доходов или расходов; во-вторых, оказывается клиентам в комплексе с операцией или сделкой, либо выступает самостоятельным продуктом» [37]
Третий подход	«Банковская услуга и продукт являются синонимами. Поэтому между понятиями «продукт» и «услуга» ставится знак равенства. Банковский продукт – это комплекс услуг по активным и пассивным операциям; банковская услуга определяется как продукт, удовлетворяющий потребности клиента коммерческого банка» [30]

Источник: составлено автором по материалам [30; 37; 46; 78; 80].

Для решения поставленной задачи попробуем разобраться с определениями понятий «банковский продукт» и «банковская услуга», присутствующими в нормативном правовом регулировании. В современном гражданском праве России услуги интерпретируются в качестве одной из ведущих категорий в системе объектов гражданских прав, и значение этой категории, особенно в условиях рыночных отношений, возрастает с каждым годом [59].

Необходимо отметить, что в соответствии с Федеральным законом от 02.12.1990 № 395-1 «О банках и банковской деятельности» банк – это «кредитная организация, которая имеет исключительное право осуществлять в совокупности следующие банковские операции: привлечение во вклады денежных средств физических и юридических лиц, размещение указанных средств от своего имени и за свой счет на условиях возвратности, платности, срочности, открытие и ведение банковских счетов физических и юридических лиц» [3].

В соответствии со статьей 779 Гражданского кодекса Российской Федерации «услуга представляет собой совершение определенных действий или определенной деятельности исполнителем услуги по заданию заказчика за плату» [1]. Пункт 5 статьи 38 Налогового кодекса Российской Федерации под «услугами (для целей налогообложения) признает деятельность,

результаты которой не имеют материального выражения, реализуются и потребляются в процессе осуществления такой деятельности» [2].

Таким образом, очевидно, что с юридической точки зрения для квалификации каких-либо действий в качестве услуг имеет значение сам процесс (деятельность) исполнителя по удовлетворению потребностей заказчика, а также искомый заказчиком услуги результат, достигнутый в процессе такой деятельности [30].

В экономической литературе под услугой в широком смысле понимают экономическое благо в виде действия, цель которого – увеличение потребительной полезности объекта услуги, а задача – воздействие на этот объект услуги [76]. В более узком смысле под услугой понимают форму непроизводительного труда, результат деятельности по созданию благ, средств удовлетворения жизненных потребностей граждан, на пользу или в помощь кому-либо. Последний тезис наиболее полно отражает социальную задачу оказания услуг в экономике – способность удовлетворения потребностей людей [30].

В соответствии с Кратким словарем экономических терминов услуги – это объекты продажи в виде действий, выгод или удовлетворений [33].

В Толковом словаре С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой услуга означает следующее: а) действие, приносящее пользу, помощь другому; б) бытовые удобства, предоставляемые кому-нибудь [41].

Большой экономический словарь А.Б. Борисова трактует услуги как «виды деятельности, работ, в процессе выполнения которых не создается новый, ранее не существовавший материально-вещественный продукт, но изменяется качество уже имеющегося, созданного продукта. Это блага, предоставляемые не в виде вещей, а в форме деятельности. Таким образом, само оказание услуги создает желаемый результат» [22].

Легальное определение «банковского продукта» в отечественном законодательстве отсутствует. При этом, как справедливо отмечает В.В. Долинская, авторы более или менее единодушны в том, что создание

банковских продуктов является основным видом деятельности кредитной организации, цель которой состоит в удовлетворении потребностей общества и получении стабильного дохода [58].

Учитывая изложенное, исходя из приведенных определений, попробуем сопоставить банковский продукт и банковскую услугу, обозначив их общие реперные точки, а также сходства и различия [30]:

1) Субъектный состав. При оказании любой услуги, в том числе и банковской, можно констатировать наличие, как минимум, двух сторон складывающихся правоотношений – заказчика и исполнителя. Вместе с тем сам по себе разработанный и предлагаемый потенциальным потребителям банковский продукт имеет только одного субъекта – непосредственно саму банковскую организацию. При отсутствии потребителей банковский продукт останется невостребованным, не повлечет оказание услуг и удовлетворение финансовых потребностей граждан, но при этом, тем не менее, останется (хотя и не реализованным) банковским продуктом.

2) Динамика процесса. Банковская услуга предполагает наличие активного взаимодействия банка и получателя услуг. Взаимодействие находит свое отражение в проявлении воли сторон оказываемой услуги на совершение юридически значимых для них действий, влекущих возникновение гражданских обязательств друг перед другом. В процессе взаимодействия сторон происходит обмен информацией, совершаются финансовые операции, извлекается экономическая выгода как для кредитной организации, так и для ее клиентов.

Непосредственно банковский продукт является своеобразным готовым к реализации пассивным предложением коммерческого банка. При этом его пассивность отнюдь не означает того, что банковский продукт не отвечает актуальным запросам государства и общества. Пассивность банковского продукта выражается в том, что банковский продукт является определенным (готовым к реализации) в конкретном месте и в конкретный момент времени.

Таким образом, активная стадия непосредственного оказания услуг

помогает в реализации такого готового предложения для граждан, бизнеса, государства.

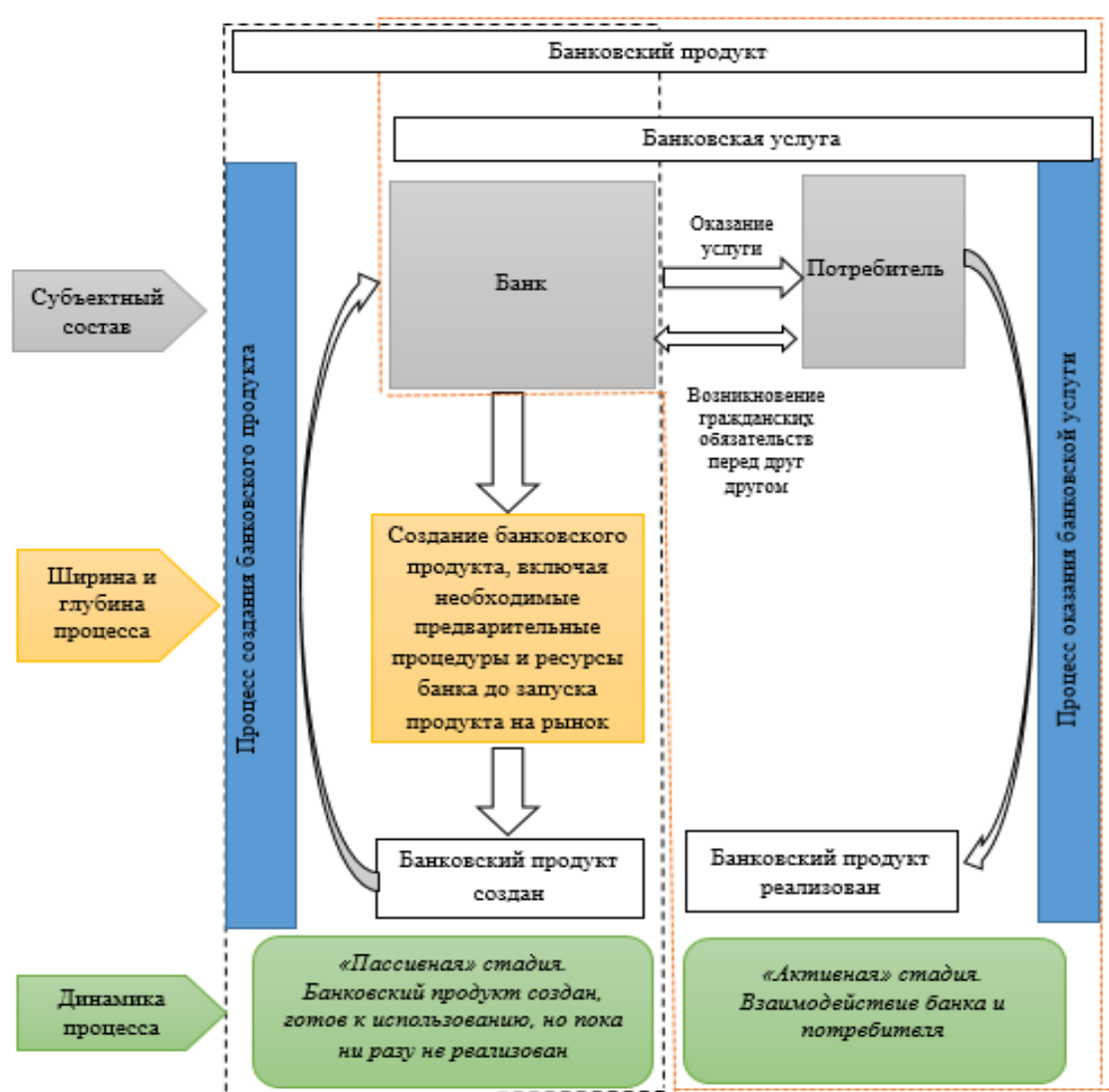
3) Ширина процесса. Очевидно, что если мы попробуем отразить процесс получения банковской услуги на бумаге, то на воображаемой схеме обозначим коммерческий банк, потребителя банковского продукта, механизм их взаимодействия, договорные отношения, взаимные гарантийные обязательства, а также реализацию ожидаемого финансового результата обеих сторон таких услуг. При этом процессы, которые предшествовали оказанию банковской услуги (разработка и согласование условий банковского продукта внутри банка, его взаимодействие с Банком России, Федеральной антимонопольной службой, Федеральной налоговой службой, иными многочисленными контролирующими и надзорными органами государственной власти, а также взаимодействие с организациями-контрагентами в области рекламы, маркетинга, HR-поддержки и IT-индустрии, без которых реализовать банковский продукт практически невозможно), в такую схему включены не будут. Следовательно, с точки зрения процесса создания банковский продукт имеет гораздо более широкие границы, нежели банковская услуга.

4) Глубина процесса. По аналогии с шириной процесса можно определенно констатировать, что внутренние ресурсы кредитной организации, необходимые для реализации банковского продукта, в том числе собственные разработки и технологии (то есть материальные и нематериальные ресурсы, необходимые для их создания, взаимодействия с потребителем банковского продукта и поддержания банковского продукта в актуальном состоянии), не входят в периметр оказания услуг. К числу таких ресурсов можно отнести используемые кредитной организацией в рамках банковского продукта организационные, технологические, информационные, финансовые, юридические и иные технологии, процедуры, ресурсы, которые поддерживают жизнеспособность процесса оказания услуг со стороны коммерческого банка.

При этом очевидно, что без таких скрытых от глаз потребителя технологий, процедур, ресурсов реализация качественных банковских

продуктов со стороны коммерческого банка невозможна.

Таким образом, вышеизложенное позволяет сделать вывод о том, что банковский продукт и банковская услуга являются тесно взаимосвязанными, но не идентичными понятиями, каждому из которых присущи свои содержание, особенности и специфика. При этом банковский продукт обладает следующими специфическими характеристиками, отличающими его от смежных понятий: ориентированность на целевого потребителя, адаптация к потребностям клиентов и рынка, договорной характер, конечный результат банковской деятельности (внутренней и внешней). Взаимосвязанность банковского продукта и банковской услуги представлена на рисунке 2.



Источник: составлено автором.

Рисунок 2 – Взаимосвязанность банковского продукта и банковской услуги

Во избежание неверного истолкования и путаницы банковского продукта с другими смежными понятиями (такими как, например, банковская услуга) необходимо ввести законодательный аутентичный термин, к которому предъявляются следующие требования: однозначность, строгая определенность, ясность, устойчивость, совместимость со всем комплексом употребляемых в юридической науке терминов [24].

Еще один важный аспект для получения полного представления о банковском продукте – это стоимость банковского продукта.

Необходимо отметить, что О.М. Марковой высказывалось предложение рассматривать «банковский продукт в зависимости от его цены и стоимости, определяя стоимость через затраты общественно необходимого труда на его создание и цену как величину затрат по размещению продукта на рынке с учетом особенностей рыночной экономики» [46].

Одновременно с этим, соглашаясь с предложенным подходом, важно отметить, что далеко не все задействованные при создании банковского продукта ресурсы могут быть рассчитаны затратным путем, например, работа внутренних юридических, экономических и IT-подразделений коммерческого банка, осуществляющих реализацию нескольких проектов одновременно, использование технологий и материальных ресурсов, разработанных и (или) сформированных при реализации иных банковских продуктов.

Следует подчеркнуть, что разграничение понятий банковского продукта и банковской услуги имеет важное прикладное значение, в том числе в рамках нормативного правового регулирования контроля и осуществления надзора над деятельностью кредитных организаций. Выявление сущностного содержания каждого из них и их сопоставления от общего к частному позволит коммерческим банкам, с одной стороны, сбалансировать внутреннее и внешнее распределение ресурсов при планировании, создании и реализации банковских продуктов и, как следствие, оптимизировать свои бизнес-процессы, а, с другой стороны, увеличить прозрачность действий коммерческих банков, связанных с реализацией банковских продуктов,

в глазах потребителей финансового рынка, что способствует повышению доверия и лояльности населения к банковским продуктам, а также увеличению уровня его финансовой грамотности.

Принимая во внимание и обобщая сложившиеся в научной литературе подходы к определению банковского продукта, предложено рассматривать содержание банковского продукта как результат деятельности банка, выражающийся через единство стоимости, которая определяется затратами банка на его создание, и потребительской стоимостью, которая, с одной стороны, отражает общие свойства продукта, направленные на удовлетворение существующих потребностей клиентов, а с другой, – должна предвосхищать запросы клиентов в условиях динамично развивающихся цифровых технологий [68].

Вместе с тем в рамках исследования понятия «банковский продукт» нельзя не обратиться к понятию «финансовые продукты» (к числу которых очевидным образом относятся банковские продукты как частное к общему), закрепленному в Методических рекомендациях Банка России по управлению финансовыми продуктами от 27.12.2019 № 19-МР (далее – Методические рекомендации № 19-МР) [16].

Сразу оговоримся, что с юридической точки зрения методические рекомендации Банка России не являются нормативным актом Банка России, обязательным к исполнению. Вместе с тем, безусловно, подобный документ на практике выступает в качестве официального документа информационно-методического характера, издаваемого в целях дополнительного информирования участников финансового рынка, обеспечения единства подходов к организации и осуществлению их деятельности, а также содействия эффективному исполнению требований законодательства Российской Федерации, в том числе нормативных актов Банка России в той или иной регламентируемой области. Поэтому, безусловно, являясь де-факто основными направляющими мегарегулятора в сфере управления финансовыми продуктами, закрепленные

в Методических рекомендациях № 19-МР подходы не могут не подлежать оценке в рамках настоящей главы исследования.

Методические рекомендации № 19-МР определяют финансовый продукт как инструмент на финансовом рынке и (или) услугу (или их совокупность), которые разрабатываются для удовлетворения интересов потребителя финансового продукта и используются для целей инвестирования, управления финансами или защиты активов потребителя финансового продукта [16].

Таким образом, можно констатировать, что подобным определением Банк России очерчивает три возможные содержательные сущности банковского продукта – инструмент на финансовом рынке, услуга, а также совокупность первого и второго. И если понимание связи банковского продукта и услуги понятна по основаниям, которые были приведены ранее, то понимание банковского продукта через инструмент представляется в достаточной степени дискуссионным.

Для того чтобы сопоставить термины «финансовый продукт» и «инструмент», попробуем разобраться с тем, что же понимается под инструментами в рамках действующих законодательных и иных нормативных актов.

В соответствии с подпунктом 22 статьи 2 Федерального закона от 22.04.1996 № 39-ФЗ «О рынке ценных бумаг» под финансовым инструментом понимается ценная бумага или производный от нее инструмент [7].

Статья 7 Федерального закона от 03.08.2018 № 290-ФЗ «О международных компаниях и международных фондах» определяет финансовые инструменты международной компании как акции иностранного юридического лица [5].

Федеральный закон от 7 мая 2013 года № 79-ФЗ «О запрете отдельным категориям лиц открывать и иметь счета (вклады), хранить наличные денежные средства и ценности в иностранных банках, расположенных за пределами территории Российской Федерации, владеть и (или) пользоваться иностранными финансовыми инструментами» понимает под иностранными

финансовыми инструментами «ценные бумаги, доли участия, паи в уставных (складочных) капиталах организаций, а также цифровые финансовые активы, выпущенные в информационных системах, организованных в соответствии с иностранным правом, и цифровую валюту» [4].

В целом аналогичное понимание финансовых инструментов следует также из буквального толкования ряда других законодательных актов (например, статья 241.1 Налогового кодекса Российской Федерации [2], Федеральный закон от 31 июля 2020 года № 259-ФЗ «О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» [8], Федеральный закон от 27 июля 2010 года № 224-ФЗ «О противодействии неправомерному использованию инсайдерской информации и манипулированию рынком и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» [6].

Таким образом, следует отметить, что прямое широкое и всеобъемлющее определение финансовых инструментов действующее нормативное регулирование не содержит. Вместе с тем в зависимости от конкретных общественных отношений, которые регламентирует каждый конкретный акт, можно сделать вывод о том, что в понимании законодателя финансовые инструменты представляют собой отдельные финансовые документы либо, в случае с цифровыми финансовыми активами, бездокументарные и цифровые сущности, имеющие определенную денежную стоимость, являющиеся результатом (объектом) финансовых операций, выступающие средством достижения участниками финансовых рынков целей своей деятельности.

Такое понимание представляется в целом логичным исходя из буквальной трактовки инструмента как средства достижения чего-либо и в полной мере соотносится с экономическим содержанием финансовых инструментов как разнообразных активов финансовой природы (ценных бумаг, долей, производных сделок) [22].

Как справедливо отмечают В.Г. Когденко и М.С. Крашенниникова, такие

финансовые инструменты «позволяют увеличивать доходы, диверсифицируя источники их получения, обеспечивают ликвидность, повышают кредитоспособность, поскольку могут быть использованы в качестве залога, страхуют обладателя таких активов от рисков, так как включают производные инструменты, а также обеспечивают возможность управления продажами, потому что включают дебиторскую задолженность» [70].

Учитывая изложенное, представляется достаточно очевидным, что сам по себе способ достижения поставленной каким-либо субъектом финансового рынка (а равно и, например, физическим лицом – потребителем соответствующей финансовой услуги) цели не может выступать в качестве самостоятельного финансового продукта. При этом, безусловно, финансовый инструмент является составной частью финансового продукта, отвечая за целевое наполнение его содержания.

Оценивая определение финансового продукта, приведенное в Методических рекомендациях № 19-МР, нельзя не обратить внимание на задачу финансового продукта, обозначенную Банком России, – удовлетворение интересов потребителя финансового продукта [16].

Подобное целеполагание также заслуживает критической оценки. Очевидно, что социальная цель финансового продукта, заключающаяся в возможности удовлетворения потребностей населения в кредитах, займах, вкладах и инвестиционных продуктах, развитии и экономическом росте малого и среднего бизнеса, является важной задачей, направленной на обеспечение стабильности экономики, поддержку широкого спектра социально-значимых проектов и программ, общее развитие социальной сферы государства. Заинтересованность каждого потребителя финансового продукта в рамках его частно-правового интереса и необходимость соблюдения баланса складывающихся в процессе реализации финансового продукта правоотношений его сторон также не вызывает сомнений. Вместе с тем де-факто игнорирование в определении финансового продукта бизнес-интересов финансовых организаций, связанных с реализацией финансовых продуктов, представляется

некорректным. Финансовый продукт априори, исходя из своего внутреннего содержания и предназначения, не может и не должен выступать синонимом благотворительности и не может характеризоваться исключительно односторонней направленностью на потребителя. Экономический интерес, позволяющий финансовым организациям получать прибыль от реализации финансовых продуктов, является основным драйвером развития, в том числе цифровизации, финансовой отрасли. От размера этой прибыли, от доходности того или иного финансового продукта целиком зависит последующий потенциал обеспечения финансовым рынком социальных нужд общества.

В этой связи особенно актуальным выглядит высказывание А. Смита о том, что «невидимая рука рынка» заставляет эгоистические интересы, направленные на получение частных доходов, работать в интересах общества, удовлетворять общественные потребности [45].

Как справедливо отмечено в пункте 1.3 Методических рекомендаций № 19-МР, основной целью управления финансовыми продуктами служит нахождение баланса между максимизацией прибыли и минимизацией рисков для финансовой организации и ее клиентов. При этом очевидно, что данный тезис актуален не для абстрактного управления финансовым продуктом, а должен являться неотъемлемой частью его определения [16].

Учитывая вышеизложенный анализ положений Методических рекомендаций № 19-МР, можно констатировать, что заявленное в данном документе определение финансового продукта не в полной мере отвечает его фактическому регуляторному и экономическому пониманию и содержанию.

Таким образом, резюмируя основные положения данного параграфа, необходимо отметить, что анализ различных подходов, содержащихся в научной литературе, в отношении дефиниции банковского продукта, взаимосвязанности банковского продукта и банковской услуги позволил сделать вывод об отсутствии единого толкования рассматриваемых вопросов, что затрудняет их единообразное понимание и практическое применение в жизни населением, бизнесом и государством.

Дальнейший фокус внимания представляется целесообразным сместить

в сторону исследования классификации банковских продуктов, кластерного анализа их свойств и разработки паспортов банковских продуктов. Данные положения подробнее представлены в следующем параграфе.

1.2 Классификация банковских продуктов, кластерный анализ их свойств и разработка паспортов банковских продуктов

Для поиска объективного достоверного определения термина банковский продукт, требуется выявить его отличительные от других смежных объектов характеристики. Напротив, чтобы классифицировать банковские продукты, необходимо найти их общие характеристики. Как абсолютно верно отмечал французский естествоиспытатель и эволюционист, создатель первого эволюционного учения Ж.Б. Ламарк, всякая наука начинается именно с классификации [75].

Классификация означает «систему распределения предметов или понятий какой-нибудь области на классы, отделы, разряды и т.п.», классифицировать (от латинского *classis* – класс, разряд и *facio* – делаю) означает «распределить (распределять) кого- или что-нибудь на классы, отделы, разряды и тому подобное по каким-нибудь отличительным признакам» [51].

В соответствии с Большим экономическим словарем А.Б. Борисова классификация – это «распределение, разнесение объектов, понятий, названий по классам, группам, разрядам, при котором в одну группу попадают объекты, обладающие каким-либо общим признаком» [22].

Необходимо отметить, что основное внимание направлено как раз на поиск общего признака, критерия и (или) общих признаков, критериев банковских продуктов с учетом постоянно меняющейся конъюнктуры рынка.

Банковская деятельность представляет собой сложную систему взаимосвязанных внутри нее компонентов. По мнению ученого и консультанта по менеджменту У.Э. Деминга, управление системой требует

знания о взаимосвязях между всеми подпроцессами внутри системы и обо всех элементах и людях, которые функционируют в ней [39].

Для эффективного управления банковской деятельностью как системой необходимо изучать, анализировать и классифицировать ее составляющие – банковские продукты.

Вопросы рассмотрения классификации банковских продуктов широко освещаются в экономической литературе и диссертационных исследованиях [60].

В таблице 4 приведены общие признаки классификации банковских продуктов, предложенные М.С. Марамыгиным и А.В. Поваровым, с классификационными критериями и возможными вариантами классификации [74].

Таблица 4 – Общие признаки классификации банковских продуктов

Классификационный критерий	Возможные варианты классификации
Характер удовлетворяемой потребности	Личная Коммерческая цель Одновременное удовлетворение потребностей разных групп клиентов (юридическое лицо, физическое лицо)
Набор характеристик	Стандартный Уникальный
Тип системы обслуживания	Индивидуальный подход Поточное обслуживание
Степень использования информационных технологий	С использованием ИТ Без использования ИТ
Применение технологии процессинга	С использованием процессинга Без использования процессинга
Тип каналов продаж или предоставления	Предлагаемые только традиционными каналами Продвигаемые только через дистанционное обслуживание Продвигаемые и сопровождаемые одновременно разными каналами
Тип сети продаж или предоставления	Разветвленная, по принципу мультиплицируемости Сеть отделений, не ориентированная на близость к потребителю «Выездной офис»
Платность	Платные Бесплатные

Источник: составлено автором по материалам [74].

Предложенная М.С. Марамыгиным и А.В. Поваровым классификация не учитывает основного потребителя продукта (пол, возраст, группа населения с ограниченными возможностями и прочее), его востребованность на рынке и так далее.

По мнению И.И. Васильева, «банковские продукты можно классифицировать по группам: операционные (расчетно-кассовые, кредитные, депозитные, валютные); инвестиционные (государственные, корпоративные ценные бумаги, ценные бумаги кредитных организаций и другие); финансовые (факторинг, лизинг, траст и другие); консультационные» [36].

Однако такой вариант классификации не соотносится с потребностями самого клиента.

В зависимости от банковских операций И.И. Васильев считает, что «банковские продукты можно разделить на основные группы: пассивные операции (привлечение средств); активные операции (размещение средств); комиссионно-посреднические и доверительные (трастовые) операции» [36].

Такое разделение можно назвать классификацией банковских продуктов по способу формирования ресурсов банков, однако подобная классификация также не ориентирована на потребности непосредственно клиента.

Шатковская Е.Г. считает, что с банковские продукты не однородны по своим свойствам и предлагает следующую типологию банковских продуктов: «оценка эффективности банковской деятельности (доходные затратные продукты); потребитель банковского продукта по отношению к банку (внешние и внутренние продукты); вид потребителя банковского продукта (корпоративные продукты, розничные продукты, оптовые продукты.); тип банковского продукта (стандартные (типовые) продукты, индивидуальные продукты, VIP-продукты.); вид банковского продукта (простые и комплексные продукты); форма банковского продукта (денежная, материально-вещественная, интеллектуальная, смешанная)» [37].

В таблице 5 приведены «разновидности банковских продуктов в зависимости от классификационного признака» [46].

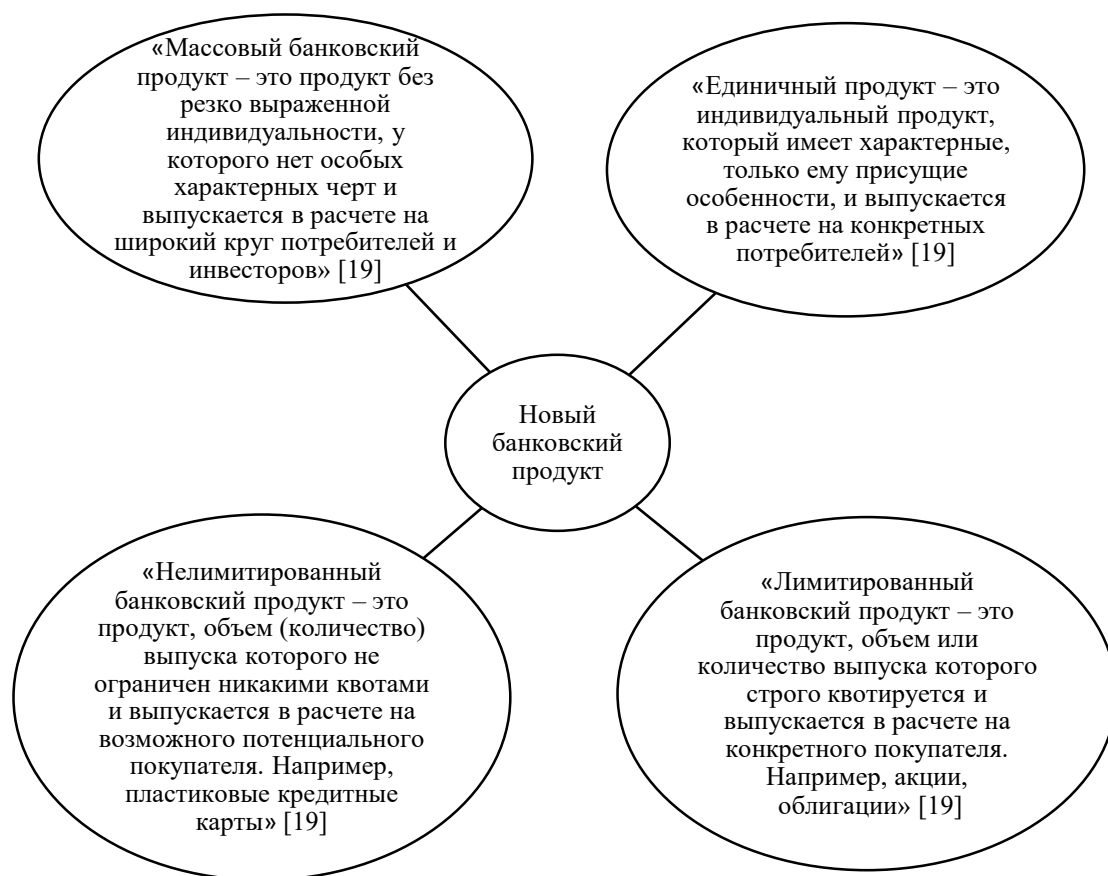
Таблица 5 – Разновидности банковских продуктов

Классификационный признак	Виды банковских продуктов
«По индивидуальности» [46]	«Единичный, массовый» [46]
«По распространению на рынке» [46]	«Лимитированный, нелимитированный» [46]
«В зависимости от формы предоставления» [46]	«В форме имущества, в форме имущественного права» [46]
«По степени новизны» [46]	«Радикальные, комбинаторные, модифицирующие» [46]
«По оценке эффективности банковской деятельности» [46]	«Доходные, затратные» [46]
«По типу банковского продукта» [46]	«Стандартные, индивидуальные, VIP-продукты» [46]
«По потребителю банковского продукта по отношению к банку» [46]	«Внутренние, внешние» [46]
«По степени воздействия на деятельность банка» [46]	«Точечные, системные» [46]
«По видам услуг» [46]	«Операции с валютой; кредиты, предоставляемые для малого бизнеса и индивидуальных предпринимателей, коммерческие векселя; обеспечение сохранности отданных банку ценностей; консультирование клиентов по экономическим вопросам; кредиты для крупного и среднего предпринимательства, международные, потребительские; депозиты (чековые и сберегательные); услуги брокерского характера; управление наличными средствами (инкассация и так далее); инвестиционная деятельность (покупка банком ценных бумаг)» [46]

Источник: составлено автором по материалам [46].

Необходимо отметить, что приведенная в таблице 5 классификация банковских продуктов не учитывает потребность непосредственно клиентов и не содержит характеристики клиентского сегмента.

На рисунке 3 представлена классификация новых банковских продуктов, предложенная И.Т. Балабановым.



Источник: составлено автором по материалам [19].

Рисунок 3 – Классификация новых банковских продуктов И.Т. Балабанова

Обеспечение конкурентоспособности банка на рынке во многом определяется внедрением передовых технологий в свою деятельность и созданием новых банковских продуктов на рынке. Новый банковский продукт создается для удовлетворения потребностей клиента и (или) клиентов. Такой продукт должен быть востребован на рынке для того, чтобы приносить банку прибыль. По мнению И.И. Васильева, банки при внедрении новых продуктов преследуют следующие цели [36]: проникновение на новые рынки; освоение новых рынков; удовлетворение новых пожеланий клиентов; получение новых прибылей.

Несмотря на то, что основной целью банка является получение прибыли, это не должно подменять такие понятия, как клиентоориентированность, клиентоцентричность и эмпатия к клиенту. Таким образом, предлагается уточнить формулировку цели банка как получение гуманной прибыли, то есть главной ценностью деятельности банка должен являться клиент как человек,

а не гонка за прибылью, где цель оправдывает средства. Вектор развития деятельности банка как таковой и банковских продуктов в частности должен быть направлен на повышение доверия и лояльности клиентов к банковскому сектору, на то, чтобы приносить пользу как непосредственно банку, так и его клиентам и тем самым экономике страны в целом.

На рисунке 4 показана классификация, составленная О.М. Марковой, как раз с точки зрения восприятия банковского продукта его клиентами, в которой в том числе учитываются ширина, глубина и техника обслуживания, выделяется клиентский сегмент, канал предоставления, полнота раскрытия условий, омникальность, безопасность, простота и понятность банковских технологий для клиента [46].

Банковское обслуживание	«Ширина обслуживания: спектр предложенных продуктов; расширенные возможности» [46]
	«Глубина обслуживания: выявление и удовлетворение осознанных и неосознанных потребностей; характер консультирования (активный или пассивный)» [46]
	«Техника обслуживания: скорость; отсутствие ошибок и неточностей» [46]
Банковские документы	«Клиентский сегмент: физическое или юридическое лицо; отрасль деятельности предприятия или специфика сегмента физических лиц (профессия, возраст)» [46]
	«Цель предоставления: регламентированность (наличие, отсутствие, охват); спецификация (депозит для пенсионного накопления, кредит на оборотный капитал)» [46]
	«Форма предоставления: конкретный вариант банковской услуги (кредитная линия с лимитом задолженности, денежный перевод и так далее)» [46]
	«Формирование стоимости: входящие компоненты (комиссии и так далее)» [46]
	«Предоставление информации: полнота раскрытия условий; отсутствие положений, вводящих потенциального или действующего заемщика в заблуждение» [46]
Банковские технологии	«Канал предоставления: вид (напрямую с представителем кредитной организации или через третье лицо); форма (физический или дистанционный)» [46]
	«Удобство пользования: доступность и омникальность (интеграция всех доступных каналов обращения в банк); скорость и сроки выполнения операций» [46]
	«Функциональность: количество и состав доступных операций; установление лимитов по совершаемым операциям» [46]
	«Безопасность: эффективность механизма обеспечения безопасности денежных средств; простота и понятность его реализации для клиента» [46]

Источник: составлено автором по материалам [46].

Рисунок 4 – Классификация банковского продукта по восприятию его клиентами

Необходимо отметить, что охватить всевозможные классификации банковских продуктов в единицу времени невозможно, поскольку мир настолько динамично меняется в настоящее время и вместе с ним – банковский сектор: появляются новые банковские продукты, которые отвечают новым требованиям населения, рынка, технологий, кибербезопасности, требуют новых обязательств перед их потребителями и так далее.

В связи с изложенным при поиске концепции формирования собственной классификации предлагается руководствоваться следующими умозаключениями:

1) Базовые задачи любой классификации – это представление всей области изучаемых объектов в удобной для восприятия форме и отражение максимально полной информации о составляющих данной области.

2) Целью классификации является приведение в «осмысленный порядок» множества хаотичных объектов с помощью установленных критериев и подкритериев. Критерием классификации можно назвать свойство объекта, по которому производится классификация, а подкритерием – отличительный признак, по которому производится систематизация всей области изучаемых объектов.

3) Исходить из того, что классификация представляет собой общенаучное и общеметодологическое понятие, которое означает такую форму систематизации знания, «когда вся область изучаемых объектов представлена в виде системы классов или групп, по которым эти объекты распределены на основании их сходства в определенных свойствах» [40].

4) Многообразие банковских продуктов образует систему, которая обладает основными общесистемными свойствами [49]:

- целостность – представление любой системы как нечто единого, целого, обособленного, отличающегося от всего остального;
- структурированность – взаимосвязь частей системы;
- эмерджентность – сумма свойств элементов не равна свойствам системы, то есть несводимость свойств системы к свойствам входящих в ее состав элементов;

– функциональность – все элементы системы действуют и взаимодействуют в рамках своего функционального назначения.

На основании проведенного исследования предлагается рассмотреть собственную концепцию формирования групп с целью создания «целевых» банковских продуктов с теми критериями и подкритериями, которые являются востребованными для удовлетворения конкретного клиента в соответствии с его конкретными потребностями, предлагается классифицировать не банковские продукты, а провести кластерный анализ критериев и подкритериев банковских продуктов для построения образа потребителя с его предпочтениями и потребностями на основе сформированных кластеров.

С такого ракурса и в такой комбинации свойств банковские продукты еще не рассматривались в научной литературе, все изученные исследования проводились с точки зрения самого банковского продукта, его внешних характеристик и видов, но не с точки зрения запросов самих потребителей банковского продукта и анализа их потребностей. Данный подход учитывает точку зрения потребителей, то есть де-факто является клиентоориентированным.

По мнению О.М. Марковой, в основе клиентоориентированного подхода, как правило, лежит сегментация клиентской базы [46].

Сегментация клиентской базы необходима для выявления целевой аудитории банка, выстраивания им линии поведения с различными сегментами аудитории в зависимости от их предпочтений (PR-кампании, разработка стратегии на будущие периоды, создание новых маркетинговых инициатив и новых и (или) модернизированных банковских продуктов).

С учетом экспоненциального роста ежедневно появляющейся информации и увеличения объемов баз данных систематизация, анализ и обработка необходимых знаний для принятия решений становятся практически неразрешимыми человеческими возможностями. Для этих целей необходимо применение одного из алгоритмов машинного обучения, с помощью которого можно определить потребительские кластеры клиентов с целью применения персонализированного подхода при работе с ними.

Для интеллектуального анализа данных (Data Mining) применяются различные методы: классификация, кластеризация, правила ассоциации, последовательное обнаружение и анализ шаблонов [113].

Таким образом, для начала группировки клиентов с помощью кластеризации и машинного обучения необходимо определить, что такое класс и кластер и в чем разница классификации и кластеризации [67].

После проведенного анализа определений понятия «классификация» можно сделать вывод о том, что их объединяет представление классификации как системы связанных, уже определенных классов, то есть класс является ключевым понятием и представляет собой открытое множество в соответствии с формулами (1) и (2)

$$Q = \{x \mid P(x)\}, \quad (1)$$

$$P: Q \rightarrow \{0, 1\}, \quad (2)$$

где Q – множество;

x – элемент;

P – свойство [75].

Формула (1) представляет собой модель формирования класса: элемент x принадлежит множеству Q относительно свойства P , которое присуще всем элементам множества Q . Формула истина, если элемент x обладает заданным свойством P . С помощью свойства P формируется множество Q . Формула (2) содержит правило формирования множества Q : значение 0 (ложь) означает, что $x \notin Q$, значение 1 (истина) означает, что $x \in Q$ [75].

Таким образом, при классификации классы известны заранее, элементы классифицируются по имеющимся классам по заданному правилу [67].

Кластерный анализ или кластеризация – это метод группировки в кластеры однородных объектов со схожими свойствами в выборке с помощью многомерного статистического анализа данных, так называемый метод машинного обучения без учителя, что означает, что система сама пытается найти

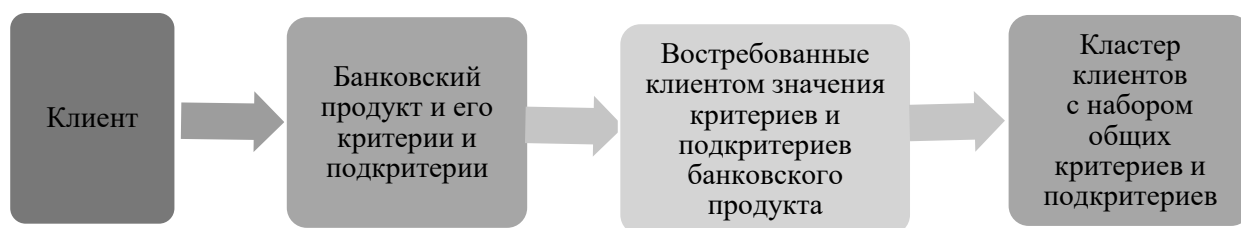
в большом массиве данных общие критерии и подкритерии и разделить их на группы. В дальнейшем с этими группами начинают работать эксперты, проводя аналитику [90].

Кластер – это группа объектов или точек со схожими свойствами, то есть точки, которые находятся в одном кластере, должны иметь схожие критерии и подкритерии, в то время как точки в других кластерах должны иметь сильно отличающиеся критерии и подкритерии [90].

В отличие от классификации при кластеризации классы, по которым группируются данные, не известны заранее, классы формируются в процессе кластерного анализа. В связи с изложенным предлагается применить алгоритм кластеризации для сегментации клиентской базы по набору свойств банковских продуктов для выявления востребованных критериев и подкритериев у конкретных клиентов на основе их поведения [67]:

- входом для модели кластеризации является массив данных;
- выходом модели является количество кластеров клиентов, в которые включаются востребованные для данного кластера клиентов свойств и их значения.

Блок-схема элементов кластерного анализа представлена на рисунке 5 [67].



Источник: составлено автором.

Рисунок 5 – Блок-схема элементов кластерного анализа

Дальнейшие шаги по реализации алгоритма кластеризации и моделированию персонализированного подхода с помощью метода К-средних и отбора кластеров в рамках настоящего исследования подробнее

будут рассмотрены в третьей главе.

В современных условиях банкам требуется быть активными в части внедрения цифровых инициатив для модернизации банковских продуктов и создания новых с целью выстраивания эффективного взаимодействия с клиентами в условиях цифровой экономики.

Таким образом, далее представляется необходимым исследование направлений модернизации банковских продуктов и влияющих на нее факторов в условиях цифровой экономики. Данные положения подробнее представлены в следующем параграфе.

1.3 Основные направления модернизации банковских продуктов и влияющие на них факторы в условиях цифровой экономики

Модернизация (от греческого *moderne* – новейший) – это «усовершенствование, улучшение, обновление объекта, приведение его в соответствие с новыми требованиями и нормами, техническими условиями, показателями качества» [43]. Модернизировать означает: а) вводя усовершенствования, сделать (делать) отвечающим современным требованиям; б) изображая старину, придать (придавать) черты, ей не свойственные, современные [41].

Модернизация банковских продуктов – это сложный многоступенчатый процесс, который представляет собой взаимосвязь многих факторов и элементов, соединяющих воедино экономические, технологические и правовые вопросы [65]. Модернизацию банковских продуктов можно назвать одним из основных элементов диверсификации портфеля банковских продуктов, которая играет существенную роль в развитии конкурентных преимуществ банка перед другими игроками рынка.

Модернизацию банковских продуктов с использованием цифровых технологий можно представить как сложную систему уравнений с более чем одним неизвестным, в связи с чем необходим комплексный подход

для оценки финансово-экономических результатов и эффективности внедрения цифровизации [31].

В современных условиях банкам требуется быть активными с целью выстраивания эффективного взаимодействия с клиентами в условиях цифровой экономики. Вызовы, стоящие перед коммерческими банками, заставляют банки переосмыслить существующие модели своей хозяйственной деятельности, совершенствовать, модернизировать имеющиеся банковские продукты и (или) создавать новые, которые отвечают требованиям времени.

В связи с изложенным в настоящей диссертации предлагаются следующие основные направления модернизации:

1) Параметров самих банковских продуктов (расчетно-кассовое обслуживание, виртуальные или цифровые карты, аккредитивы, накопительные счета и так далее): разработка и унификация Паспортов продуктов, содержащих ключевую информацию о продуктах; создание гибкого банковского продукта – конструктора, то есть конструирование банковского продукта под индивидуальные потребности клиента, моделирование персонализированного подхода при работе с клиентами с помощью метода К-средних и отбора кластеров, который подлежит рассмотрению в п. 2.3 настоящей работы.

В целях осознанного принятия решения потребителями при выборе финансового продукта и развития клиентоориентированного подхода Банк России разработал Методические рекомендации по управлению финансовым продуктом, основной целью которого является поиск сбалансированного подхода между получением максимальной прибыли и снижением до минимума рисков как для самой финансовой организации, так и для ее клиентов [16].

В Методических рекомендациях по управлению финансовым продуктом вводится термин «сложный продукт» как финансовый продукт, требующий глубокого понимания или специальных знаний со стороны потребителей,

приводятся примеры, что способствует повышению финансовой грамотности и формированию доверительной среды [16].

В свою очередь формирование доверительной среды на рынке способствует привлечению инвесторов и увеличению инвестиций в финтех.

2) Каналов продажи и взаимодействия с клиентами (чат-боты, роботы-помощники и так далее). Большую популярность приобрело дистанционное банковское обслуживание как современный канал продажи банковских продуктов.

3) Бизнес-процессов разработки, тестирования и запуска на рынок новых банковских продуктов (метод agile, контроль команд-разработчиков с помощью интерактивных панелей, сотрудничество с Ассоциацией ФинТех и с Банком России и так далее), норм регулирования и надзора за транспарентностью предоставления банковских продуктов.

Цифровые технологии оказывают существенное влияние как на внутренние, так и внешние бизнес-процессы деятельности банков, необходим симбиоз банковской деятельности и финтеха. Поэтому банки должны постоянно задумываться о трансформации культуры в целом, появлении доверительной среды с клиентами, создающей баланс между контролем безопасности и адекватными рисками интервенции цифровых технологий в банковскую деятельность.

Цифровая экономика определена в Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы (далее – Стратегия на 2017-2030 годы) как «хозяйственной деятельности, в которой ключевым фактором производства являются данные в цифровом виде, обработка больших объемов и использование результатов анализа которых по сравнению с традиционными формами хозяйствования позволяют существенно повысить эффективность различных видов производства, технологий, оборудования, хранения, продажи, доставки товаров и услуг» [9].

В соответствии со Словарем экономических терминов по курсу «Экономика для менеджеров» цифровая экономика – «расширяющаяся экономическая деятельность на основе цифровых технологий» [32].

В развитие задачи цифровизации отечественной экономики в России утверждена Программа «Цифровая экономика Российской Федерации», целями которой являются обеспечение условий создания высокотехнологического бизнеса, увеличение конкурентоспособности на глобальном рынке [13].

Под цифровизацией необходимо понимать взаимосвязанную систему процессов и мероприятий, применяемых в целях внедрения цифровых технологий и цифровых решений в разные сферы экономической жизни общества, в том числе посредством использования цифровых платформ и иных цифровых инструментов. Осуществление цифровизации банковской отрасли предполагает разработку и внедрение процессов, связанных с применением цифровых технологий и цифровых продуктов в целях автоматизации текущих бизнес-процессов, практики взаимодействия с клиентской базой, формированием электронных банковских услуг (диджитал-услуг), а также иных видов решений, направленных на инновационное развитие сектора банковских услуг [98].

Как отмечают в своих исследованиях международные экономисты, цифровая трансформация банковского дела – это использование новых цифровых технологий, позволяющих значительно улучшить бизнес в плане повышения качества обслуживания клиентов, оптимизации операций или создания новых бизнес-моделей с инновационными достижениями, которые меняют традиционную банковскую практику [116]. Кроме того, существуют некоторые финансовые причины для внедрения цифровой трансформации банковского дела, которые заключаются в повышении удовлетворенности клиентов, конкурентоспособности, эффективности и прибыльности [116].

Наконец, ключевые факторы цифровой трансформации банковского дела включают отдельных лиц, процессы, технологии, контент и государство, в то время как стратегия успешной цифровой трансформации банковского дела должна учитывать технологии, структурные изменения [116].

Фехер П. и Варга К. считают, что основные практики цифровой трансформации, такие как лидерство, цифровые тенденции, навыки цифровой трансформации, цифровые стратегии, внедрение цифровых технологий и ориентированный на клиента подход, влияют на цифровую зрелость банка [111]. Таким образом, зарубежные исследователи также помещают клиента, его предпочтения, повышение его финансовой грамотности, доступности финансовых продуктов в центр событий.

Важнейший ресурс современного коммерческого банка, способный значительно повлиять на повышение его конкурентоспособности, это знания. Именно знание рынка, знание «своего клиента», знание цифровых технологий, знание постулатов успешного менеджмента, отчета о финансовых результатах банка и так далее могут оказаться в итоге теми недостающими звеньями на пути к поставленным целям, успешному функционированию на рынке, готовности банка к переменам и ко всему новому. Однако для того, чтобы понять, что пора меняться, модернизировать деятельность банка, портфель банковских продуктов, тоже требуются знания, требуется понимание, какие банковские продукты необходимо модернизировать и в какой момент времени. Для получения таких знаний необходим серьезный анализ и проработка имеющихся данных.

С учетом постоянно меняющейся конъюнктуры рынка, связанной с нововведениями, необходимо учитывать развитие цифровых технологий и инноваций, банкам нужно быстро адаптироваться к неожиданно сложившимся ситуациям и тенденциям на рынке, уметь прогнозировать потребности клиентов и понимать, какие банковские продукты стоит модернизировать на основе цифровых технологий, а какие – нет.

Для того чтобы поддерживать конкурентоспособность на рынке, банкам постоянно нужно анализировать факторы, которые могут повлиять на эффективность ведения их деятельности, и, соответственно, своевременно реагировать на происходящие изменения вокруг.

Модернизация банковских продуктов – это составляющая инновационного

поведения банка, элемент реинжиниринга банковских продуктов с целью роста его показателей, сохранения устойчивости банка при выполнении своих обязательств перед клиентами даже в случае изменения внешних и внутренних условий, в том числе и негативных.

В связи с этим дальнейшим шагом исследования становится проведение анализа внешних и внутренних факторов для оценки их влияния на целесообразность модернизации банковских продуктов в условиях цифровой экономики, чтобы определить приоритетные направления развития самих банков, банковского сектора и экономики страны в целом.

Фактор (латинское *factor* «делающий, производящий») – это движущая сила некоего процесса, которая определяет его природу или отдельные его черты [21].

При оценке факторов предлагается руководствоваться подходом, аналогичным подходу, использованному выше при оценке содержания понятия «банковский продукт» – а именно, определения внешних и внутренних причин, оказывающих влияние на то или иное явление.

Чтобы сформулировать внешние факторы, оказывающие влияние на модернизацию банковских продуктов, сразу оговоримся, что под словом «внешний» будем понимать те силы и процессы, оказывающие непосредственное влияние на модернизацию банковских продуктов кредитной организацией, на которые соответствующий банк не может повлиять либо возможность влияния действий (бездействия) банка на которые настолько мала, что де-факто не может оказать сколько-нибудь значимого воздействия на их содержание.

При этом, определяя внешние факторы, также разделим их на внутринациональные, источником которых будет выступать внутренняя политика государства, и внешнеполитические, связанные с воздействием иных государств, групп государств и международных организаций.

К внешнеполитическим факторам модернизации банковских продуктов

предлагается отнести геополитические и санкционные факторы.

Геополитические факторы – это широкая группа факторов, связанная с межгосударственным регулированием, геополитической нестабильностью, экологическими рисками и изменениями климата (ESG-повестка).

В разрезе банковских продуктов к международному регулированию относятся различные международные финансовые стандарты (например, международные стандарты финансовой отчетности IFRS, IAS, международные стандарты бухгалтерской отчетности и так далее), использование которых является обязательным либо желательным в соответствии с актами органов государственной власти либо актами и рекомендациями Банка России.

При этом к факторам, связанным с международным регулированием, можно отнести и документы, имеющие более широкое и менее прикладное значение, например, международные договоры. В качестве наиболее яркого примера здесь следует упомянуть Договор о Евразийском экономическом союзе, который призван установить единые подходы и направления к регулированию финансовых рынков в странах-участниках договора, обеспечить создание и функционирование единого евроазиатского экономического пространства.

Геополитическая нестабильность как очевидный фактор модернизации банковских продуктов потенциально может привести к изменению политической ситуации и экономических условий как в том или ином регионе нашей планеты, так в целом во всем мире. Нестабильность такого рода может напрямую оказать влияние на доступ кредитной организации к международным финансовым рынкам и технологиям, а также на способность банков предоставлять финансовые услуги, что не может непосредственно не повлиять как на направления модернизации банковских продуктов, так и не затронуть саму институциональную основу возможности такой модернизации.

Банк России выделил следующие ESG-факторы: факторы окружающей средой социальные факторы и факторы корпоративного управления [103].

Изменение климата, несмотря на то что, является наиболее «медленным» фактором воздействия на модернизацию, тем не менее на длительной дистанции может изменить базовые параметры, на которые модернизация банковских продуктов опирается. Например, отрицательное влияние на модернизацию банковских продуктов может быть обусловлено тем, что ухудшение экологической обстановки может привести к ухудшению качества жизни и здоровья населения, уменьшению среднестатистической продолжительности жизни людей, что, в свою очередь, может оказать негативное влияние на финансовую стабильность экономики и способность выплачивать кредиты, исполнять свои финансовые обязательства перед коммерческими банками. Как следствие, это может снизить уровень жизни населения и привести к снижению спроса на банковские продукты.

Кроме того, плохая экология может повлиять на доступность ресурсов для банков и их способность предоставлять финансовые услуги в рамках отдельных отраслей экономики, например, кредиты на строительство зданий, строительство которых в той иной местности может стать нецелесообразным из-за наводнений, землетрясений, цунами или иных катаклизмов.

Санкционные факторы, связанные с введением политических и экономических ограничений, таких как запрет на экспорт или импорт товаров, работ и услуг, с учетом их растущего воздействия на отечественную экономику в последние годы, по нашему мнению, целесообразно выделить в качестве самостоятельных внешнеполитических факторов.

Влияние санкций на банковский сектор может иметь достаточно серьезный характер. Санкции могут ограничить доступ кредитных организаций к международным финансовым рынкам, что может привести к снижению ликвидности и повышению стоимости капитала для банков. Это, в свою очередь, может привести к уменьшению объема кредитования и росту процентных ставок для их клиентов.

При этом коммерческие банки, даже непосредственно не попав

в санкционные списки иностранных государств и организаций, потенциально могут столкнуться с уменьшением международного доверия со стороны иностранных финансовых организаций, что приведет к сокращению международных транзакций и отразится на их доходности и, как следствие, повлияет на возможность модернизации их банковских продуктов.

Санкции могут также привести к изменениям в структуре активов банков. В условиях ограничений на доступ к определенным рынкам или финансовым инструментам банки могут быть вынуждены пересматривать свои инвестиционные стратегии и перераспределять свои активы. Это может повлиять на риск-профиль кредитных организаций и потребовать дополнительных усилий по управлению рисками.

Кроме того, санкции могут вызвать рост операционных издержек для банков, связанный с необходимостью соблюдения дополнительных регуляторных требований и контроля за соблюдением санкций. Это может потребовать дополнительных инвестиций в технологии, а также дополнительных расходов, связанных с администрированием указанных процессов, что не может не сказаться на финансовом состоянии банков и отразиться на их возможности создавать и модернизировать свои финансовые продукты.

В целом санкции создают значительные дополнительные риски и неопределенность для банковского сектора, вынуждая коммерческие банки адаптироваться к новым условиям и искать альтернативные источники доходов. Влияние санкционных факторов может оказать масштабное и всеобъемлющее влияние на банковский сектор, что вынуждает быть более гибкими и инновационными при создании и реализации банковских продуктов.

Внутринациональные факторы, влияющие на модернизацию банковских продуктов, которые также можно охарактеризовать как факторы, связанные с общественными интересами, в первую очередь, следует обозначить как регуляторные. Регуляторные риски в банковском секторе возникают вследствие изменений в национальном законодательстве, которые

непосредственно повлияют на финансовую устойчивость банков. Такие изменения включают в себя ужесточение нормативов в области предоставления кредитов, требований к капиталу, ликвидности, управлению рисками и так далее.

Регуляторные риски также могут возникать из-за неоднозначности или низкого качества регулирования, что создает неопределенность для банков и требует дополнительных усилий, в том числе в части дополнительных расходов на юридическую службу кредитной организации либо привлечение внешних консультантов, по реализации действующих либо планируемых к созданию банковских продуктов в рамках текущих и перспективных бизнес-моделей.

Кроме того, изменения в регулировании могут непосредственно повлиять на конкурентоспособность банков и их способность к инновационному развитию.

Для смягчения такого рода рисков банки должны тщательно следить за изменениями законодательства Российской Федерации, требованиями нормативных правовых актов органов исполнительной власти и нормативных актов Банка России, а также активно адаптироваться к новым требованиям регуляторов. При этом для успешного управления регуляторными рисками банки должны иметь четкую стратегию, связанную с использованием внутренних механизмов мониторинга и контроля соответствия регуляторным требованиям, а также быть готовыми к гибкой реакции на изменения в регулировании.

Особняком среди внутринациональных факторов выступает инфляция. Несмотря на то, что инфляционные процессы напрямую не регулируются государством, внутривнутриполитические процессы и экономическая политика государства являются той институциональной основой, в качестве производной от которой выступает инфляция.

Инфляция оказывает непосредственное влияние на банковский сектор и происходящие в нем процессы. При повышении инфляции Банк России

может увеличивать ключевую ставку, что влияет на условия кредитования и предоставления кредитными организациями депозитов, а также на доходность банков. При этом инфляция отражается на кредитном портфеле банка, особенно, если процентные ставки не соответствуют уровню инфляции. Это, в свою очередь, например, приводит к потенциальному увеличению рисков невозврата кредитов.

Инфляция также оказывает влияние на следующие показатели:

1) Стоимость инвестиций и активов банка. При этом отдельные виды активов особенно уязвимы к инфляции, что потребует дополнительных расходов банка, связанных с управлением соответствующими рисками кредитной организации.

2) Стоимость ценных бумаг в портфеле банка, что нельзя не учитывать при управлении инвестициями.

3) Капитал и ликвидность банка, требуя от кредитной организации дополнительных мер для обеспечения собственной финансовой устойчивости.

Кроме того, значительные инфляционные колебания вынуждают коммерческие банки либо пересматривать ценообразование предоставляемых ими банковских продуктов для того, чтобы компенсировать потери от обесценивания денег и поддержать свою доходность, либо активировать дополнительные векторы модернизации своих банковских продуктов, чтобы не только увеличить прибыль, но и сохранить комфорт использования банковских продуктов со стороны своих клиентов.

Далее попробуем отразить внутренние факторы, влияющие на модернизацию банковских продуктов. При этом под внутренними будем понимать факторы, оказывающие непосредственное влияние на модернизацию банковских продуктов и которые в целом находятся в периметре волевых действий банка и его внутрибанковской политики.

Первой среди внутрибанковских факторов необходимо обозначить ИТ-политику кредитной организации. ИТ-направление в целом играет важнейшую роль в современной банковской деятельности и банковской

системе, обеспечивая эффективность, безопасность и надежность всех ее процессов. Без грамотной ИТ-политики коммерческий банк не смог бы эффективно функционировать в условиях современной скорости цифровизации и высокого уровня конкуренции на рынке финансовых услуг в целом и на рынке банковских продуктов в частности. ИТ-политика в банке определяет работу его ИТ-подразделений, которые играют ведущую роль в обеспечении бесперебойной работы всех банковских систем, а также выполняют процессы, связанные с развитием и поддержкой высокотехнологичной инфраструктуры, включая серверы, сети, базы данных и другое оборудование, необходимое для обработки больших объемов данных и обеспечения высоких стандартов производительности сервисов банка.

Кроме того, ИТ-подразделения также ответственны за осуществление глубокой и продвинутой аналитики банковских данных и информации, что помогает принимать обоснованные управленческие решения, необходимые для определения направления модернизации действующих и создания будущих банковских продуктов, а также внутреннее развитие в кредитной организации современных технологий, необходимых для функционирования банка, и, как следствие, эффективную модернизацию реализуемых им банковских продуктов. ИТ-подразделения ответственны за разработку, поддержку и обновление банковских приложений, защиту данных и информационную безопасность, а также за автоматизацию бизнес-процессов, то есть за все те элементы и направляющие банковского продукта, которые обеспечивают его технологичность и инновационность. Качественная реализация ИТ-направления деятельности кредитной организации непосредственно влияет на эффективность и скорость внедрения новых технологий, обеспечение высокого уровня обслуживания клиентов с использованием различных каналов связи по всей линейке его банковских продуктов и услуг.

Далее необходимо отметить внутренние факторы, связанные с HR-политикой кредитной организации.

HR-политика – политика кредитной организации в области управления человеческим капиталом – играет важную роль в обеспечении кадрового потенциала, развитии ее персонала и создании благоприятной рабочей среды. HR-политика отвечает за найм новых сотрудников, проведение их обучения и адаптацию, оценку производительности, развитие карьеры, мотивацию и удержание работников. Кроме того, в периметр HR-политики входит разработка и внедрение политик компенсаций и льгот кредитной организации, управление конфликтами, соблюдение трудового законодательства и обеспечение социальной защиты сотрудников. HR-политика играет важную роль в формировании корпоративной культуры, ценностей и этики, обеспечивая соответствие поведения и мотивации сотрудников целям и ценностям банка. HR-специалисты участвуют в процессе обучения и развития работников, помогая им приобретать новые навыки и знания, в том числе в области технологий. Это способствует повышению квалификации сотрудников и способствует инновационному развитию кредитной организации в целом.

Необходимо отметить, что грамотные специалисты всегда были востребованы, даже в древние времена. Тогда монеты чеканились государствами, городами и даже частными лицами. Единой системы чеканки монет не было. Каждый определял свой удобный для него способ. С учетом этого монеты не представляли собой постоянной единицы, и определение ее цены часто являлось приблизительным. Поэтому появилась необходимость в особых специалистах, которые могли бы давать оценку монетам. Такие специалисты назывались менялы, они проводили экспертизу монет аналогично современным счетчикам и детекторам проверки подлинности банкнот. Меняли были специалистами не только по определению подлинности монет, но и экспертами в области монетных систем разных государств того времени. Это были первые банкиры [61].

В X веке Италия стала центром мировой торговли, куда съезжались купцы с разными товарами и деньгами различных государств. Ввиду того, что

у каждого государства была своя монетная система, то присутствие менял по определению монет на итальянских торжищах было острой потребностью. Менялы находились на площади, где происходила торговля, и сидели за особым столом, который назывался «banco». Отсюда и появились слова «банк», «банкир» [20]. Наличие высококвалифицированного добросовестного персонала считалось одним из условий успешного функционирования банка на рынке, а иначе он становился «банкротом» («banko rotto» (ит.) означает «разбить стол»). Менялам разбивали стол, на котором находилась тара с деньгами, в случае их обмана и недобросовестности [47].

Таким образом, потребность в грамотных специалистах банковского дела существовала уже с древних времен. По нашему мнению, обращение к истории является обязательным при проведении любого исследования и имеет не только исследовательское, но и прикладное значение. «Связь времен» помогает проследить эволюцию развития всех форм жизни, изучить преемственность процессов, понять роль и значимость произошедших исторических событий, определить и, возможно, предугадать дальнейшее развитие явлений в будущем [66].

С учетом изложенного следует отметить, что эффективное управление человеческими ресурсами позволяет банку привлекать, развивать и удерживать талантливых специалистов, что является одним из ключевых факторов как повышения эффективности бизнес-процессов банка в целом, так и реализуемых им банковских продуктов. HR-специалисты играют ключевую роль в привлечении, развитии и удержании талантливых специалистов, создают HR-стратегии найма, которые помогают компаниям привлекать инновационных профессионалов, в том числе в области современных технологий, что позволяет не только сохранить накопившийся у банка опыт, связанный с модернизацией банковских продуктов, но и успешно экстраполировать его в рамках проектов в области создания новых либо оптимизации уже реализованных банковских продуктов.

Таким образом, можно с уверенностью сказать, что HR-политика оказывает значительное, а в некоторых случаях решающее, влияние на

развитие технологичности кредитной организации, обеспечивая коммерческому банку доступ к высококвалифицированным специалистам, стимулируя инновации и обеспечивая постоянное обучение и развитие персонала.

В качестве следующего внутреннего фактора, влияющего на модернизацию банковских продуктов, необходимо обозначить работу банка с его контрагентами (она же закупочная (procurement) функция). Приобретение новых технологий и программного обеспечения позволяет банку улучшать качество обслуживания клиентов, оптимизировать бизнес-процессы и повышать эффективность работы в рамках реализации банковских продуктов. Кроме того, закупка инновационных решений способствует совершенствованию оказания банковских услуг и созданию конкурентных преимуществ для модернизированных с помощью приобретенных технологий банковских продуктов на финансовом рынке. Таким образом, правильно организованные закупки кредитной организации способствуют привлечению необходимых технологий для реализации ее банковских продуктов с оптимальными показателями цены, качества и сроков. Одновременно с этим закупки новых технологий в банке способствуют повышению уровня кибербезопасности и защиты конфиденциальности данных клиентов. Интеграция инновационных IT-решений позволяет банку быть более гибким к изменяющимся требованиям рынка и клиентов. Таким образом, инвестиции в закупки важных и современных технологий являются важным фактором сбалансированного развития кредитной организации и способствуют обеспечению устойчивого роста и конкурентоспособности банка и реализуемых им банковских продуктов.

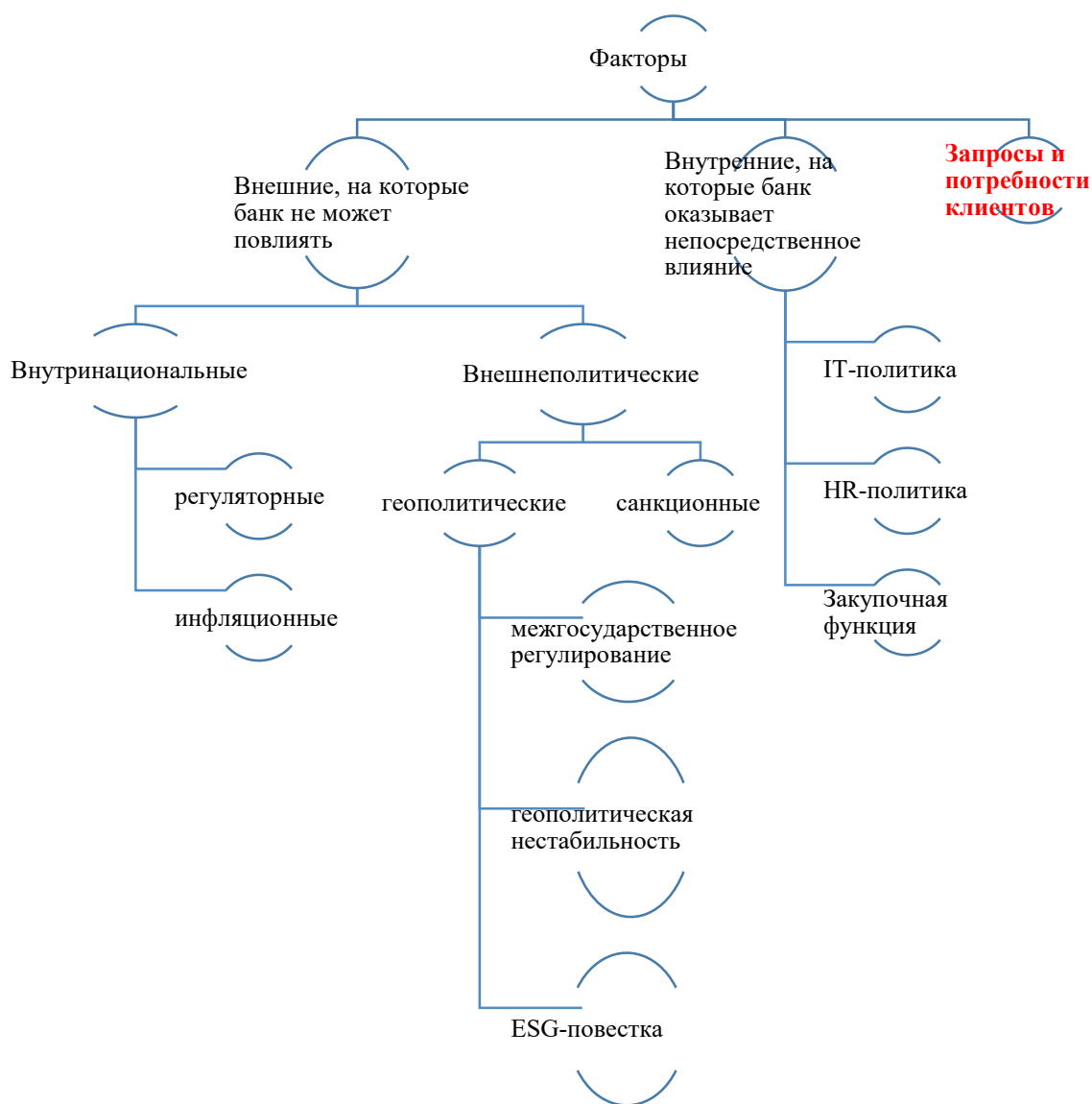
Приведенные выше внешние и внутренние факторы в определенном смысле отражают классический взгляд на факторы, влияющие на развитие банковских продуктов и технологий. Вместе с тем, по нашему мнению, не отрицая важности влияния указанных факторов на модернизацию банковских продуктов, в определенной степени истинной представляется идея и иного – клиент-ориентированного – взгляда на модернизацию банковских продуктов, ранее широко не отражавшегося в научной литературе.

Сложно поспорить с тем, что эффективно реализованный банковский продукт направлен на удовлетворение потребности максимального большого количества клиентов. Вместе с тем последовательной и логичной представляется и мысль о том, что изменение в поведении, взглядах, потребностях существующих и потенциальных клиентов банка является истинным драйвером модернизации банковского продукта, его адаптации к текущим потребностям покупателей. Кроме того, представляется, что аксиомой является и тот факт, что запросы и потребности клиентов постоянно меняются, что, в свою очередь, свидетельствует о необходимости анализа потребностей клиентов и их ожиданий в динамике. При этом необходимо применять превентивные меры для своевременного выявления изменяющихся предпочтений клиентов с целью анализа необходимости модернизации банковских продуктов. Целесообразной видится и необходимость повышения доверия клиентов путем обеспечения транспарентности предоставления банковских продуктов.

Бизнес-стратегия кредитной организации, ориентированная на регулярный мониторинг запросов и потребностей клиентов, оказывает значительное влияние на формирование доверия потребителей к банковским продуктам и способствует выработке превентивных мер для своевременного выявления изменяющихся предпочтений клиентов и оценки их поведенческих установок с целью анализа необходимости модернизации банковских продуктов.

В результате анализа и систематизации внешних и внутренних факторов, влияющих на основные направления модернизации банковских продуктов в условиях цифровой экономики, определен ключевой фактор, направленный, в первую очередь, на удовлетворение спроса клиентов. Его отличительной особенностью является реагирование на запросы и потребности клиентов в условиях клиентоцентричного подхода к совершенствованию банковских продуктов. На рисунке 6 показаны факторы,

влияющие на развитие банковских продуктов с выделением ключевого фактора – запросы и потребности клиентов [68].



Источник: составлено автором.

Рисунок 6 – Значимые факторы, влияющие на развитие банковских продуктов

Учитывая изложенное, необходимо отметить, что модернизация банковских продуктов – это постоянный процесс, который требует гибкости, инициативы и готовности к изменениям с учетом не только внутренних и внешних факторов, воздействующих на модернизацию того или иного банковского продукта, но и, в первую очередь, факторов, связанных с изменением потребностей клиентов, на удовлетворение которых направлен

такой банковский продукт.

Благодаря новым веяниям цифровой культуры на рынке появляются новые банковские продукты и предложения. Но кроме разработки новых банковских продуктов можно вдохнуть жизнь в имеющиеся банковские продукты с помощью цифровых технологий. Проанализировав жизненный цикл товара – процесс развития товара, состоящий из четырех этапов: поступление нового товара в продажу; рост продаж нового товара; стабилизация темпов сбыта товара; спад сбыта морально стареющего товара [28], – сформирован жизненный цикл банковского продукта с учетом и без учета его модернизации.

В методических рекомендациях по управлению финансовым продуктом показан жизненный цикл финансового продукта [16]: проектирование, пилотирование, реализация, мониторинг реализации, завершение реализации.

Предлагается дополнить жизненный цикл продукта еще одним этапом – его модернизацией, чтобы продукт снова стал востребованным на рынке.

С учетом рассмотренных жизненных циклов банковских продуктов можно сделать вывод, что их модернизация позволит восстановить и продлить востребованность банковских продуктов на рынке, тем самым сохранив и, возможно, приумножив клиентуру банка.

Резюмируя основные положения данного параграфа, необходимо отметить взаимное влияние друг на друга факторов и направлений модернизации: параметров банковских продуктов, технологий их разработки, каналов продаж, норм регулирования и правил и взаимоотношений с клиентами. Сделан вывод о том, что для поддержания конкурентоспособности на рынке банкам постоянно нужно анализировать факторы, которые могут повлиять на эффективность ведения их деятельности, и, соответственно, банкам необходимо своевременно реагировать на происходящие изменения.

Выводы

1) Отсутствуют единые подходы, содержащиеся в научной литературе, в отношении дефиниции «банковский продукт», взаимосвязанности

банковского продукта и банковской услуги, что затрудняет их единообразное понимание и практическое применение в жизни населением, бизнесом и государством. Различия банковского продукта и банковской услуги обоснованы на основе специфического сочетания критериев: субъектный состав, характер процесса взаимодействия банка и клиента, границы и глубина внутреннего содержания и процессного управления.

2) Расширено рассмотрение содержания банковского продукта как результата деятельности, выражающегося через единство стоимости, которая определяется затратами банка на его создание, и потребительской стоимости, обладающей двойственной природой.

3) Выявлены значимые факторы, влияющие на модернизацию банковских продуктов в условиях цифровой экономики. В результате анализа внешних и внутренних факторов определен ключевой фактор, отличительной особенностью которого является клиентоориентированный подход к совершенствованию банковских продуктов, направленный на удовлетворение потребностей клиентов. Понимание того, что именно ценят, чему отдают предпочтение те или иные категории клиентов, поможет банку адаптировать свои банковские продукты, улучшить качество обслуживания и сохранить конкурентоспособные позиции на рынке финансовых продуктов.

Расширен жизненный цикл банковского продукта еще одним этапом – модернизацией, а также сделан вывод о том, что модернизация банковских продуктов позволит восстановить и продлить востребованность банковских продуктов на рынке, тем самым сохранив и, возможно, приумножив клиентуру банка [60].

В рамках второй главы будут проанализированы показатели национальной платежной системы с целью оценки финансовой доступности в разрезе региональной специфики, рассмотрено современное состояние и проблемы внедрения банковских продуктов в цифровом формате и проведена оценка влияния внедрения цифровых технологий на объемы реализации продукции банковского сектора в региональном разрезе в Российской Федерации.

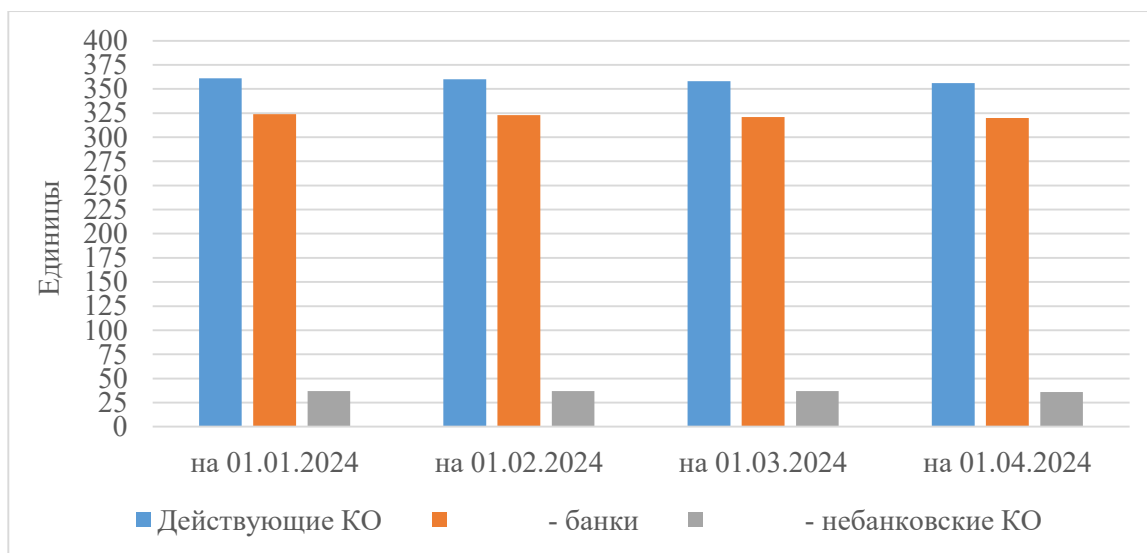
Глава 2

Анализ и оценка развития банковских продуктов в условиях цифровой экономики

2.1 Анализ показателей национальной платежной системы для оценки финансовой доступности в разрезе региональной специфики

Изучение процессов и путей цифровой трансформации коммерческих банков, их деятельности, бизнес-среды, модернизации пакета банковских продуктов, взаимодействия с клиентами под влиянием развития цифровых технологий является актуальной задачей экономической науки.

Банковский сектор является ключевой составляющей финансовой системы. На рисунке 7 показаны количественные характеристики действующих кредитных организаций (далее – КО) в динамике за 2024 год.



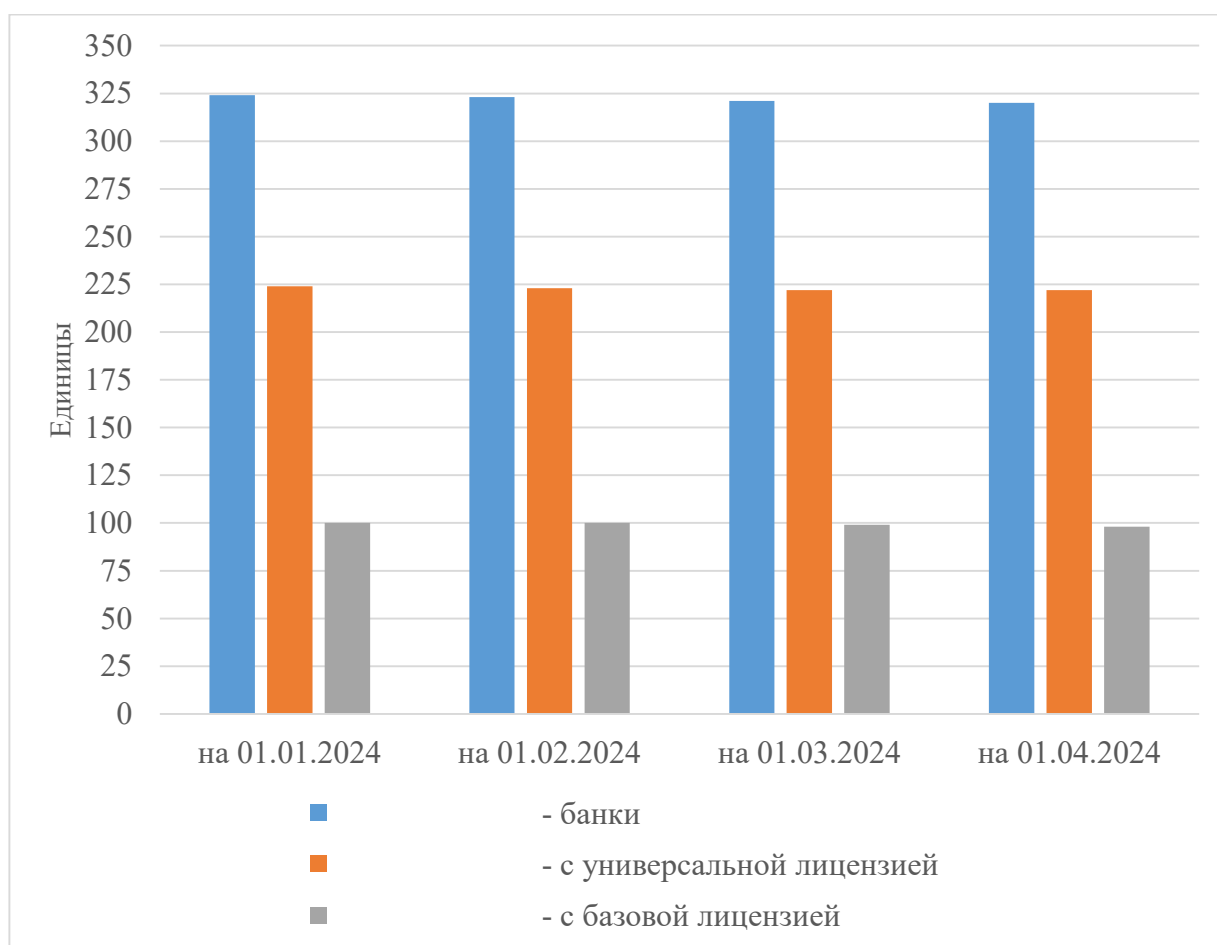
Источник: составлено автором по материалам [85].

Рисунок 7 – Количественные характеристики кредитных организаций за 2024 год

Таким образом, наблюдается незначительное сокращение количества кредитных организаций, и данная тенденция, на наш взгляд, сохранится. Одни из основных ее причин – это отзыв лицензии Банком России или ходатайство

самой кредитной организации об аннулировании у нее лицензии, связанное с модернизацией бизнес-процессов кредитной организации, проведением ее реорганизации в форме слияния, присоединения или преобразования.

По состоянию на 01.01.2024 в России действуют 36 небанковских кредитных организаций и 320 банков, из них 222 банка с универсальной лицензией и 98 банков – с базовой [85]. На рисунке 8 показаны количественные характеристики действующих банков в динамике за 2024 год.



Источник: составлено автором по материалам [85].

Рисунок 8 – Количественные характеристики действующих банков за 2024 год

В таблице 6 представлена статистика территориального присутствия действующих кредитных организаций и их подразделений по состоянию на 01.04.2024.

Таблица 6 – Статистика территориального присутствия головного офиса, филиалов и представительств по состоянию на 01.04.2024

Регион	Головной офис, единиц	Доля, в процентах	Филиалы, единиц	Доля, в процентах	Представи- тельства, единиц	Доля, в процентах
Российская Федерация	356	100	408	100	129	100
Центральный федеральный округ	206	57,9	91	22,3	34	26,4
Северо-западный федеральный округ	31	8,7	50	12,3	18	14
Южный федеральный округ	17	4,8	43	10,5	13	10,1
Северо-кавказский федеральный округ	7	2	23	5,6	5	3,9
Приволжский федеральный округ	43	12,1	64	15,7	25	19,4
Уральский федеральный округ	20	5,6	43	10,5	10	7,8
Сибирский федеральный округ	19	5,3	55	13,5	13	10,1
Дальневосточный федеральный округ	13	3,7	37	9,1	11	8,5
Луганская Народная Республика	0	0	1	0,2	0	0
Донецкая Народная Республика	0	0	1	0,2	0	0
Запорожская область	0	0	0	0	0	0
Херсонская область	0	0	0	0	0	0

Источник: составлено автором по материалам [100].

Анализируя данные, представленные в таблице 6, видим, что больше половины от общего количества головных офисов банков находится в Центральном федеральном округе и составляет 206 головных офисов или 57,9%, в Приволжском федеральном округе – 43 головных офиса или 12,1%. Однако в Луганской Народной Республике, Донецкой Народной Республике, Запорожской области и Херсонской области головные офисы

и представительства отсутствуют. Филиалов и представительств больше всего в Центральном федеральном округе – 91 филиал (22,3%) и 34 представительства (26,4%) соответственно; в Приволжском федеральном округе – 64 филиала (15,7%) и 25 представительств (19,4%) [100].

В таблице 7 представлена статистика территориального присутствия дополнительных и мобильных офисов кредитных организаций по состоянию на 01.04.2024.

Таблица 7 – Статистика территориального присутствия дополнительных офисов и мобильных офисов по состоянию на 01.04.2024

Регион	Дополнительные офисы, единиц	Доля, в процентах	Мобильные офисы, единиц	Доля, в процентах
Российская Федерация	24448	100	312	100
Центральный федеральный округ	6122	25	44	14,1
Северо-западный федеральный округ	2294	9,4	26	8,3
Южный федеральный округ	2715	11,1	48	15,4
Северо-кавказский федеральный округ	703	2,9	1	0,3
Приволжский федеральный округ	5341	21,8	129	41,3
Уральский федеральный округ	2249	9,2	21	6,7
Сибирский федеральный округ	2972	12,2	35	11,2
Дальневосточный федеральный округ	1549	6,3	17	5,4
Луганская Народная Республика	154	0,6	1	0,3
Донецкая Народная Республика	262	1,1	2	0,6
Запорожская область	49	0,2	1	0,3
Херсонская область	38	0,2	1	0,3

Источник: составлено автором по материалам [100].

Опираясь на данные таблицы 7, наблюдаем, что на территории Российской Федерации очень распространены дополнительные офисы – 24 448 единиц по всей стране, при этом преимущественно в Центральном федеральном округе – 6122 дополнительных офиса или 25% и в Приволжском федеральном округе – 5341 дополнительный офис или 21,8%; в Луганской

Народной Республике банки представлены 154 дополнительными офисами или 0,6%, в Донецкой Народной Республике – 262 дополнительными офисами или 1,1%, в Запорожской области – 49 дополнительными офисами или 0,2%, в Херсонской области – 38 дополнительными офисами или 0,2% [100].

Исходя из статистических данных в таблице 7, видим, что мобильные офисы меньше всего распространены на территории Российской Федерации. Приволжский федеральный округ занимает первое место – 129 мобильных офисов или 41,3%, второе место занимает Южный федеральный округ – 48 мобильных офисов или 15,4%, Центральный федеральный округ на третьем месте – 44 мобильных офиса или 14,1% [100].

Необходимо отметить, что Банк России расширил возможности мобильных офисов по оказанию банковских услуг на отдаленных и малонаселенных территориях, в зонах бедствий и чрезвычайных ситуаций, а также перечень банковских операций, которые вправе осуществлять мобильный офис, в соответствии с Указанием Банка России от 21 сентября 2022 года № 6242-У «О порядке открытия банками (их филиалами) мобильных офисов, порядке внесения сведений о них в Книгу государственной регистрации кредитных организаций, а также о перечне банковских операций, которые вправе осуществлять мобильный офис» [15].

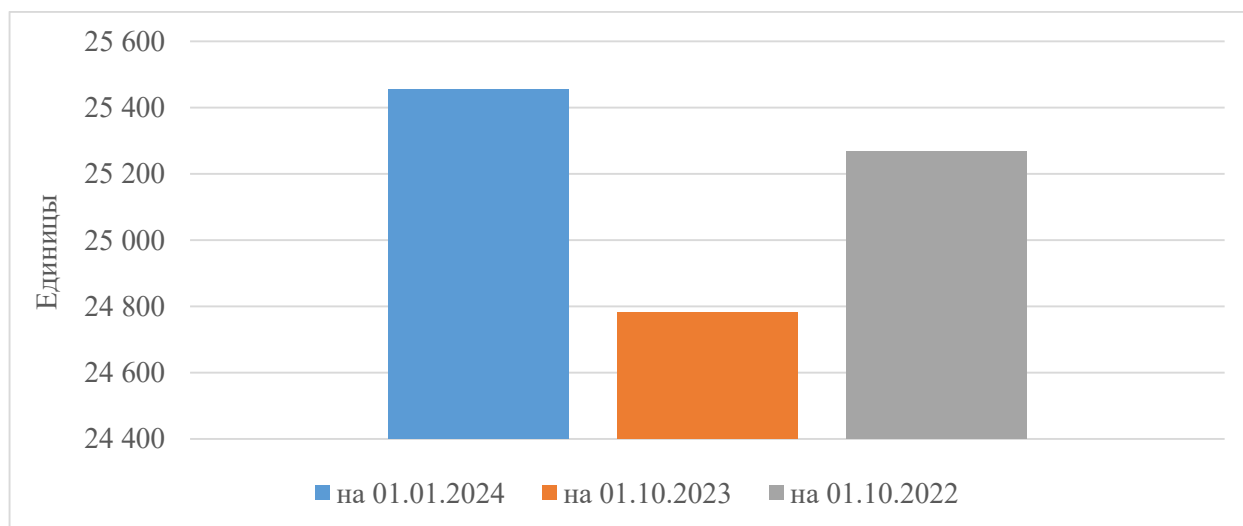
Из таблицы 7 видно, что мобильные офисы представлены в Луганской Народной Республике, Запорожской области и Херсонской области – по одному мобильному офису или 0,3%, в Донецкой Народной Республике два мобильных офиса или 0,6% [100].

Таким образом, с учетом проведенного анализа данных по состоянию на 01.04.2024, можно выделить двух лидеров – это Центральный и Приволжский федеральные округа и два отстающих региона – Северо-Кавказский федеральный округ (Республика Дагестан, Республика Ингушетия, Кабардино-Балкарская Республика, Карачаево-Черкесская Республика, Республика Северная Осетия-Алания, Чеченская Республика, Ставропольский край) и Дальневосточный федеральный округ (Республика Бурятия, Республика Саха (Якутия), Забайкальский край, Камчатский край,

Приморский край, Хабаровский край, Амурская область, Магаданская область, Сахалинская область, Еврейская автономная область, Чукотский автономный округ), что создает ограничения к доступу банковских продуктов и услуг в этих регионах [100].

Для продолжения исследования с целью выявления регионов, у которых возможны проблемы с точки зрения доступности банковских продуктов, проанализированы следующие показатели в разрезе региональной специфики: институциональная обеспеченность платежными услугами в территориальном разрезе; количество счетов с дистанционным доступом, открытых в кредитных организациях, в территориальном разрезе и сведения об устройствах, расположенных на территории региона и предназначенных для осуществления операций с использованием и без использования платежных карт, в территориальном разрезе [100].

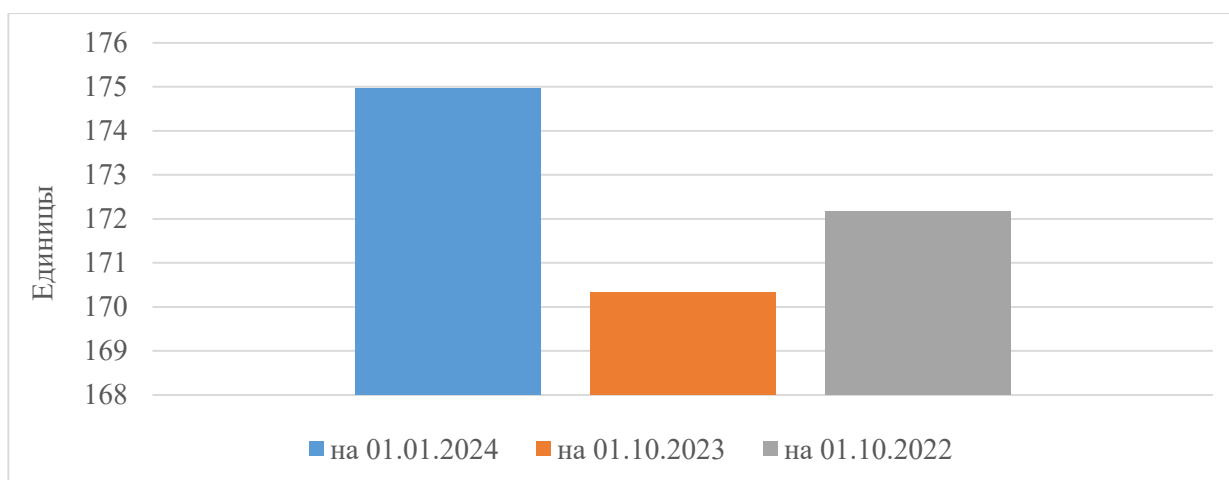
На рисунке 9 показана группировка общего количества учреждений банковской системы по годам – с 2022 года по 2024 год.



Источник: составлено автором по материалам [100].

Рисунок 9 – Общее количество учреждений банковской системы

На рисунке 10 показана группировка количество учреждений банков в расчете на 1 млн жителей по годам – с 2022 года по 2024 год.



Источник: составлено автором по материалам [100].

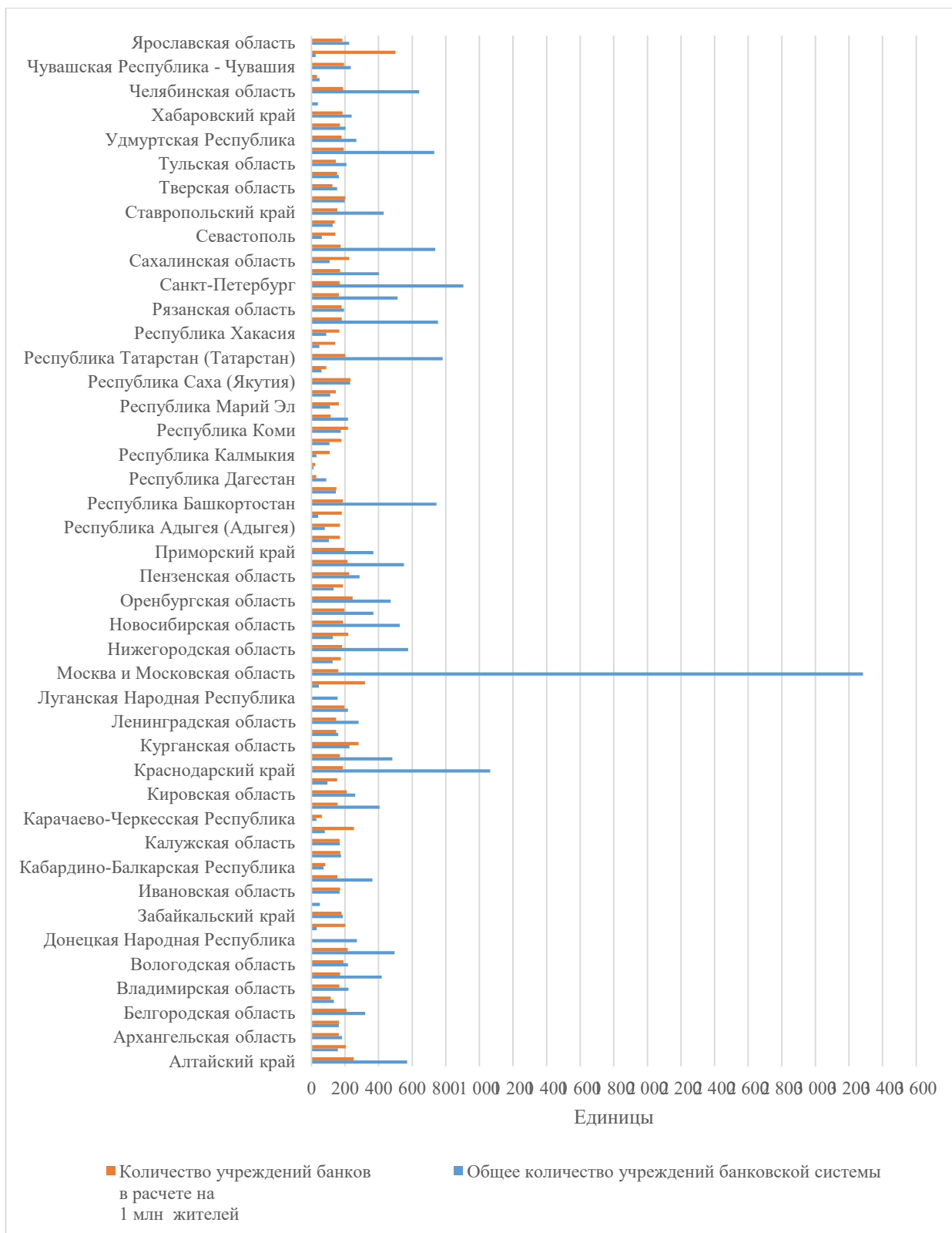
Рисунок 10 – Количество учреждений банков в расчете на 1 млн жителей

В 2024 году наблюдается рост общего количества учреждений банковской системы и количество учреждений банков в расчете на 1 млн жителей по сравнению с 2023 годом. Это связано, во-первых, с расширением присутствия банков в новых регионах России, во-вторых – с открытием дополнительных и мобильных офисов. Расширение региональной сети решает одну из значимых задач по повышению уровня доступности банковских продуктов и услуг для населения в целом по стране.

На рисунке 11 показано общее количество учреждений банковской системы и количество учреждений банков в расчете на 1 млн жителей.

В данном случае предлагается построить линейную диаграмму для всех регионов и включить ее в настоящий параграф, так как статистика по всем регионам важна для целей исследования: она поможет наглядно продемонстрировать зону присутствия кредитных учреждений в территориальном разрезе для дальнейшей оценки финансовой доступности в регионах.

Меньше 100 учреждений банков в расчете на 1 млн жителей находится в Северо-Кавказском федеральном округе: Кабардино-Балкарской Республике, Карачаево-Черкесской Республике, Республике Дагестан, Республике Ингушетия, Республике Северная Осетия-Алания, Чеченской Республике.



Источник: составлено автором по материалам [100].

Рисунок 11 – Общее количество учреждений банковской системы и количество учреждений банков в расчете на 1 млн жителей

В связи с проведенным анализом показателей количества учреждений банков в расчете на 1 млн жителей и статистических данных территориального

присутствия действующих кредитных организаций и их подразделений предлагается обратить более пристальное внимание на ситуацию в Северо-Кавказском федеральном округе и проводить чаще внеплановые опросы мнений среди потребителей банковских продуктов с целью предвосхищения возникновения ограничений и проблем с доступом к банковским сервисам. Мнение населения и бизнеса в отношении удовлетворенности банковскими продуктами, услугами, сервисами и их доступностью именно на территории родного региона необходимо регулярно изучать и учитывать при формировании дальнейших направлений развития банковской деятельности.

Необходимо отметить, что банковский сектор является благодатной почвой, на которой эффективно и основательно приживаются ноу-хау цифровых разработок. Современные кредитные организации выделяют крупные суммы бюджета на внедрение IT-технологий в свою деятельность. Банки заинтересованы в привлечении новых клиентов и поэтому изыскивают разнообразные возможности предложить им передовые идеи в области цифровых банковских продуктов и модернизировать свою бизнес-деятельность.

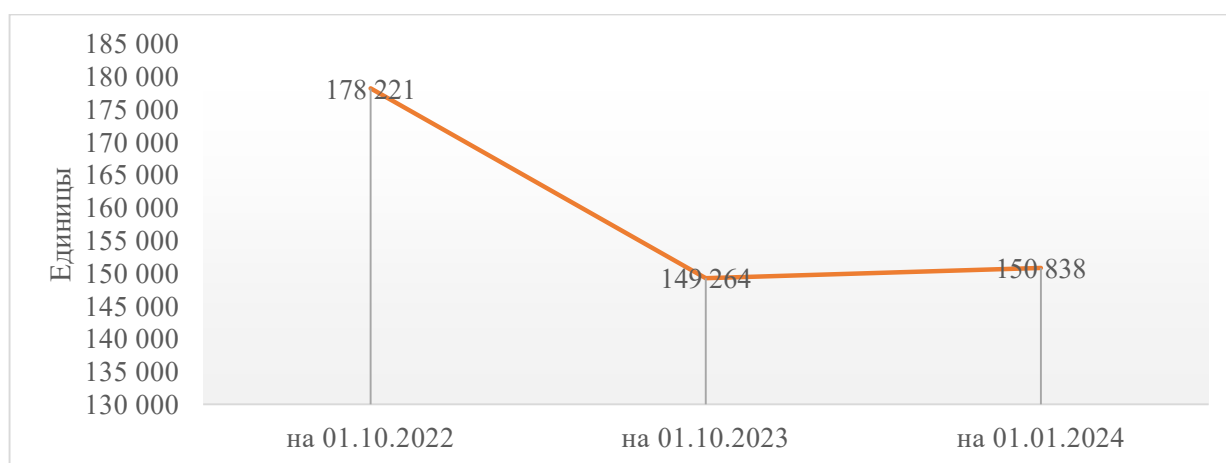
Поэтому кредитные организации находятся в постоянном поиске баланса между моделями дистанционного и физического обслуживания.

С этой точки зрения интересно посмотреть статистику показателей по количеству счетов с дистанционным доступом, открытых в кредитных организациях, в территориальном разрезе.

По состоянию на 01.01.2024 общее количество счетов с дистанционным доступом составило 385 704,1 тыс. единиц (по сравнению с 2023 годом рост на 8,1%): юридическим лицам – 8 959,2 тыс. единиц (по сравнению с 2023 годом рост на 8,6%), из них с доступом через сеть Интернет 8 899,3 тыс. единиц (по сравнению с 2023 годом рост на 8,5%), и физическим лицам – 376 744,9 тыс. единиц (по сравнению с 2023 годом рост на 8,1%), из них с доступом через сеть Интернет 362 192,3 тыс. единиц (по сравнению с 2023 годом рост на 8,4%) [100].

Очевиден рост количества счетов с дистанционным доступом, открытых в кредитных организациях, в том числе с доступом через сеть Интернет. Однако если посмотреть в разрезе региональной статистики, то в Донецкой Народной Республике, в Запорожской области, в Луганской Народной Республике, в Севастополе, в Херсонской области и в Чукотском автономном округе юридические и физические лица не используют открытие счетов с дистанционным доступом.

На рисунке 12 приведен график количества банкоматов, на котором видно, что в 2023 году резко сократилось их количество, но к 2024 году наметилась тенденция к росту.

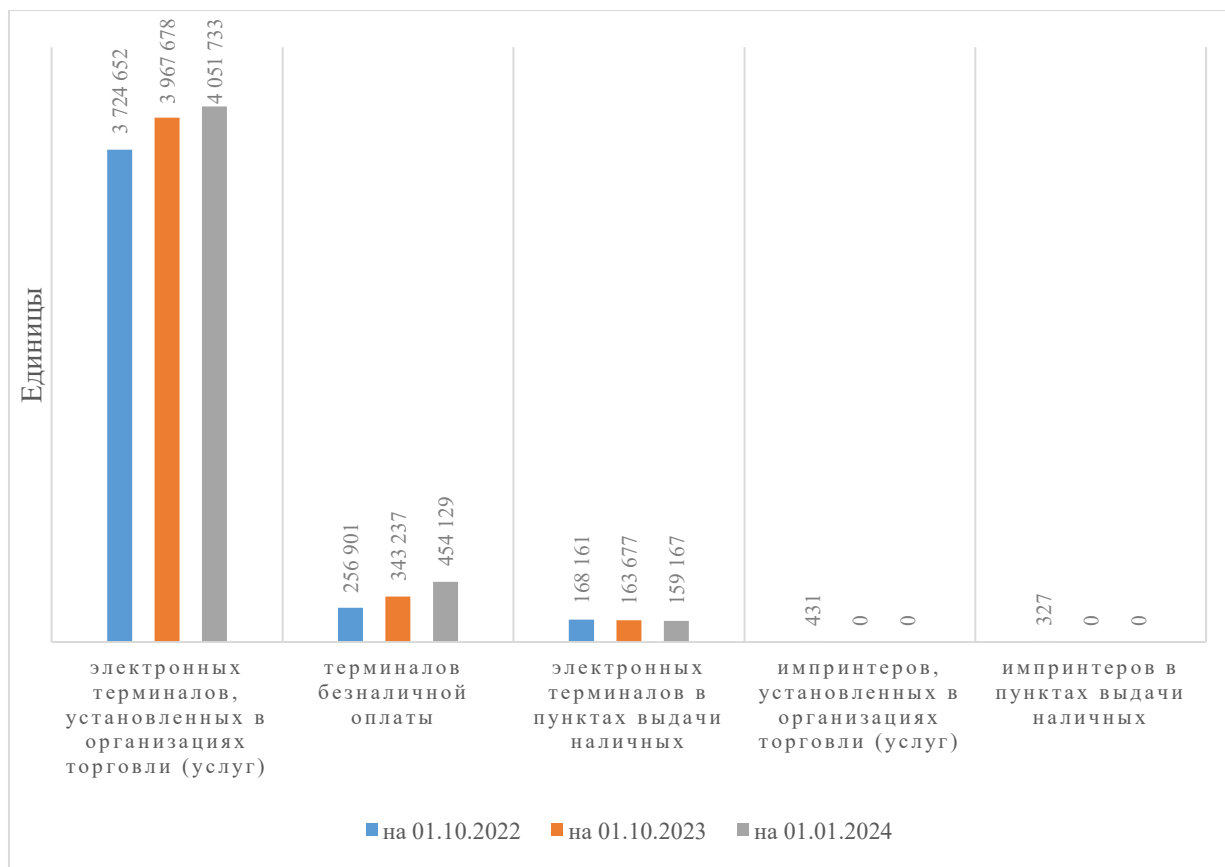


Источник: составлено автором по материалам [100].

Рисунок 12 – Количество банкоматов

Цифровая экономика в России очень быстро развивается, на рынке постоянно появляются новые цифровые платформы для бизнеса, интеллектуальные цифровые технологии, активно используется электронная коммерция и так далее. Российское бизнес-сообщество очень лояльно к внедрению новых технологий, к созданию конкурентоспособных продуктов и услуг, что приводит к увеличению спроса на банковские продукты под влиянием цифровых технологий.

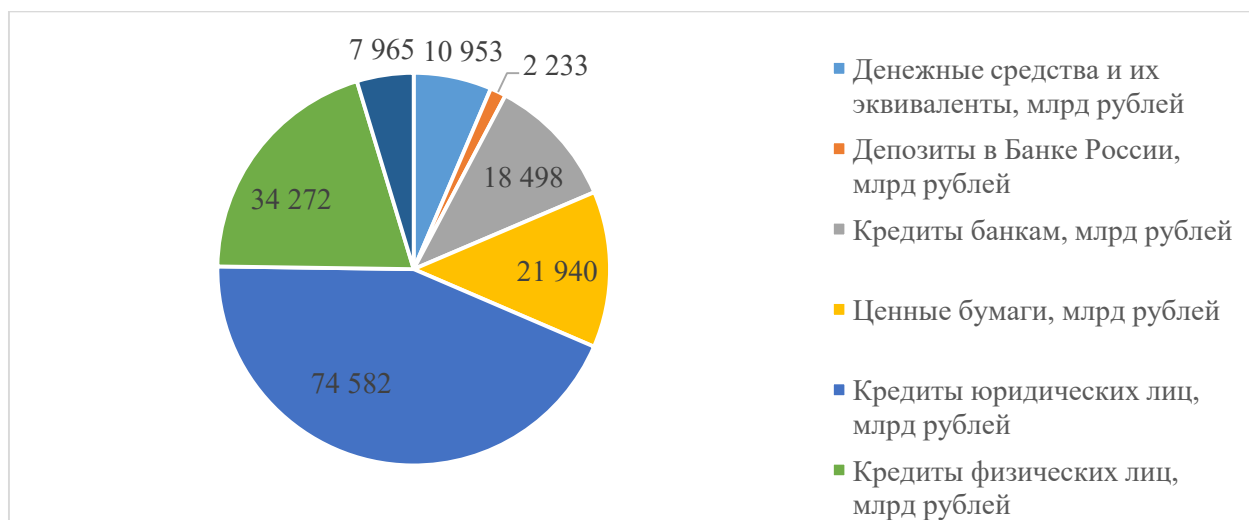
На рисунке 13 представлены данные о количестве терминалов.



Источник: составлено автором по материалам [100].

Рисунок 13 – Количество терминалов

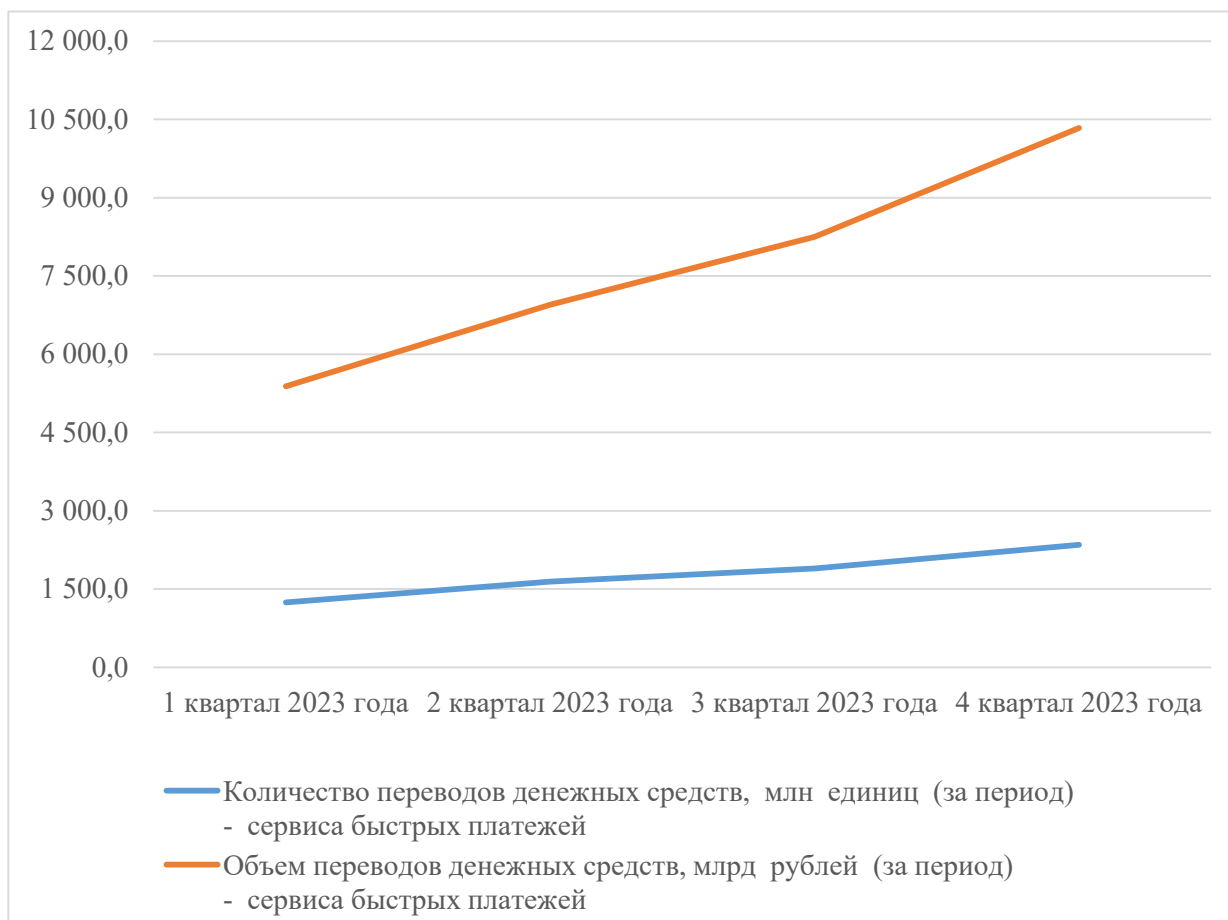
Необходимо отметить, что отношение активов банков к ВВП в России в целом устойчиво и составляет около 90%. На рисунке 14 приведена структура совокупных активов банков на 01.03.2024.



Источник: составлено автором по материалам [85].

Рисунок 14 – Активы банковской системы России на 01.03.2024

На рисунке 15 представлены графики, демонстрирующие положительную динамику использования сервиса быстрых платежей.



Источник: составлено автором по материалам [100].

Рисунок 15 – Переводы денежных средств, осуществленные через платежную систему Банка России, с использованием сервиса быстрых платежей

На рисунке 15 явно прослеживается постоянный рост как количества переводов денежных средств с помощью сервиса быстрых платежей, так и объема таких переводов [100].

В таблице 8 приведен сравнительный анализ количества и объема переводов денежных средств, осуществленных через платежную систему Банка России с использованием сервисов перевода за 2023 год в разрезе региональной специфики [100].

Таблица 8 – Переводы денежных средств, осуществленные через платежную систему Банка России с использованием сервисов перевода в 2023 году

Наименование территории	Всего переводов денежных средств			
	количество, тыс. единиц	доля от общего количества, в процентах	объем, млн рублей	доля от общего объема, в процентах
1	2	3	4	5
Итого по Банку России	8 909 380,3	100,0	3 532 532 788,7	100,0
Алтайский край	11 275,9	0,1	1 789 782,1	0,1
Амурская область	5 798,5	0,1	1 175 360,6	0,0
Архангельская область	7 343,9	0,1	1 161 787,2	0,0
Астраханская область	4 483,9	0,1	546 568,9	0,0
Белгородская область	7 154,5	0,1	2 607 166,7	0,1
Брянская область	6 694,0	0,1	869 602,1	0,0
Владимирская область	7 380,1	0,1	1 007 635,8	0,0
Волгоградская область	10 210,8	0,1	2 678 005,0	0,1
Вологодская область	9 911,3	0,1	3 059 514,8	0,1
Воронежская область	14 959,2	0,2	7 007 818,7	0,2
Донецкая Народная Республика	1 972,0	0,0	571 104,5	0,0
Еврейская автономная область	618,4	0,0	35 315,4	0,0
Забайкальский край	5 774,8	0,1	648 999,3	0,0
Запорожская область	125,7	0,0	97 209,2	0,0
Ивановская область	5 431,7	0,1	561 943,2	0,0
Иркутская область	13 312,6	0,1	3 377 350,5	0,1
Кабардино-Балкарская Республика	1 877,6	0,0	313 683,2	0,0
Калининградская область	6 853,7	0,1	2 113 971,7	0,1
Калужская область	8 417,2	0,1	2 100 476,8	0,1
Камчатский край	2 205,5	0,0	291 308,8	0,0
Карачаево-Черкесская Республика	1 015,9	0,0	98 144,3	0,0
Кемеровская область - Кузбасс	14 361,0	0,2	4 901 271,0	0,1
Кировская область	15 029,8	0,2	1 366 678,7	0,0
Костромская область	41 312,0	0,5	25 112 984,9	0,7
Краснодарский край	38 510,6	0,4	16 466 612,1	0,5
Красноярский край	24 511,6	0,3	9 809 064,2	0,3
Курганская область	4 428,3	0,0	428 248,0	0,0
Курская область	5 390,6	0,1	1 028 247,7	0,0
Ленинградская область	1 300,3	0,0	183 537,4	0,0
Липецкая область	4 862,6	0,1	816 172,4	0,0
Луганская Народная Республика	1 320,8	0,0	396 461,0	0,0
Магаданская область	2 167,3	0,0	706 341,1	0,0

Продолжение таблицы 8

1	2	3	4	5
Москва и Московская область	7 554 369,4	84,8	3 091 101 053,4	87,5
Мурманская область	6 088,6	0,1	914 288,5	0,0
Нижегородская область	213 601,5	2,4	33 809 627,4	1,0
Новгородская область	3 860,1	0,0	460 621,2	0,0
Новосибирская область	65 897,8	0,7	17 989 953,9	0,5
Омская область	10 783,7	0,1	1 040 164,6	0,0
Оренбургская область	10 896,4	0,1	1 636 845,8	0,0
Орловская область	4 472,2	0,1	544 718,6	0,0
Пензенская область	6 536,6	0,1	1 020 830,4	0,0
Пермский край	11 078,3	0,1	1 174 533,7	0,0
Приморский край	17 034,7	0,2	5 369 852,8	0,2
Псковская область	4 010,7	0,0	353 592,5	0,0
Республика Адыгея (Адыгея)	1 186,4	0,0	107 256,3	0,0
Республика Алтай	1 466,2	0,0	160 717,4	0,0
Республика Башкортостан	19 776,3	0,2	4 221 015,2	0,1
Республика Бурятия	6 346,5	0,1	947 006,5	0,0
Республика Дагестан	2 844,0	0,0	569 828,7	0,0
Республика Ингушетия	430,7	0,0	76 231,2	0,0
Республика Калмыкия	774,5	0,0	67 326,7	0,0
Республика Карелия	5 290,8	0,1	592 435,6	0,0
Республика Коми	6 066,9	0,1	1 332 113,5	0,0
Республика Крым	50 244,6	0,6	5 065 409,6	0,1
Республика Марий Эл	37 276,2	0,4	552 218,4	0,0
Республика Мордовия	2 960,4	0,0	602 662,0	0,0
Республика Саха (Якутия)	13 214,7	0,1	1 688 879,6	0,0
Республика Северная Осетия-Алания	1 315,7	0,0	191 976,6	0,0
Республика Татарстан (Татарстан)	72 003,7	0,8	28 066 638,1	0,8
Республика Тыва	1 716,5	0,0	139 347,6	0,0
Республика Хакасия	4 420,4	0,0	392 740,8	0,0
Ростовская область	35 267,1	0,4	18 772 265,4	0,5
Рязанская область	5 008,2	0,1	938 897,2	0,0
Самарская область	25 995,4	0,3	15 465 443,5	0,4
Санкт-Петербург	157 954,3	1,8	75 354 624,8	2,1
Саратовская область	9 016,8	0,1	909 620,8	0,0
Сахалинская область	4 484,2	0,1	1 047 685,7	0,0
Свердловская область	79 288,0	0,9	27 122 965,8	0,8
Севастополь	704,2	0,0	183 662,0	0,0
Смоленская область	4 549,6	0,1	514 910,0	0,0
Ставропольский край	19 051,2	0,2	3 359 050,3	0,1
Тамбовская область	4 513,6	0,1	624 687,0	0,0
Тверская область	6 078,8	0,1	845 693,2	0,0

Продолжение таблицы 8

1	2	3	4	5
Томская область	6 242,5	0,1	858 440,4	0,0
Тульская область	19 599,7	0,2	55 197 674,0	1,6
Тюменская область	28 804,1	0,3	16 212 371,9	0,5
Удмуртская Республика	11 731,5	0,1	1 631 875,2	0,0
Ульяновская область	5 487,7	0,1	812 460,8	0,0
Хабаровский край	16 795,2	0,2	6 819 019,9	0,2
Херсонская область	0,0	0,0	0,0	0,0
Челябинская область	34 188,8	0,4	8 829 664,4	0,2
Чеченская Республика	1 623,3	0,0	663 214,8	0,0
Чувашская Республика (Чувашия)	5 326,6	0,1	614 966,3	0,0
Чукотский автономный округ	241,4	0,0	83 627,7	0,0
Ярославская область	5 451,4	0,1	2 151 713,3	0,1

Источник: составлено автором по материалам [100].

При анализе количества переводов денежных средств, осуществленных через платежную систему Банка России с использованием сервисов перевода за 2023 год в разрезе региональной специфики, можно выделить следующие лидирующие регионы: Москва и Московская область, Санкт-Петербург, Нижегородская область, Республика Татарстан (Татарстан), Новосибирская область, Республика Крым. Тульская область вошла в тройку лидеров по объему переводов денежных средств, осуществленных через платежную систему Банка России с использованием сервисов перевода, неплохие показатели у Нижегородской, Свердловской и Костромской областей. Только в Херсонской области не пользуются данным сервисом.

Таким образом, развитие региональной банковской деятельности остается актуальным и значимым для банковского сектора в целом, так как региональные банки обслуживают локальные юридические и физические лица, предоставляя им более гибкие и лояльные условия, соответствующие ситуации в конкретном регионе, нежели это смогли бы сделать крупные представители центрального федерального округа.

В целях расширения доступа населения к финансовым услугам Банком России разработаны приоритетные направления повышения доступности

финансовых услуг в Российской Федерации на период 2022-2024 годов, которые утверждены Советом директоров Банка России 23 декабря 2021 года. Ключевыми направлениями заявлены «обеспечение доступности финансовых услуг жителей отдаленных и малонаселенных территорий; формирование безбарьерных финансовых условий для людей с инвалидностью, пожилых и маломобильных граждан; повышение доступности финансовых услуг для граждан с невысоким уровнем дохода, а также дальнейшее увеличение использования населением и бизнесом дистанционных каналов обслуживания» [95].

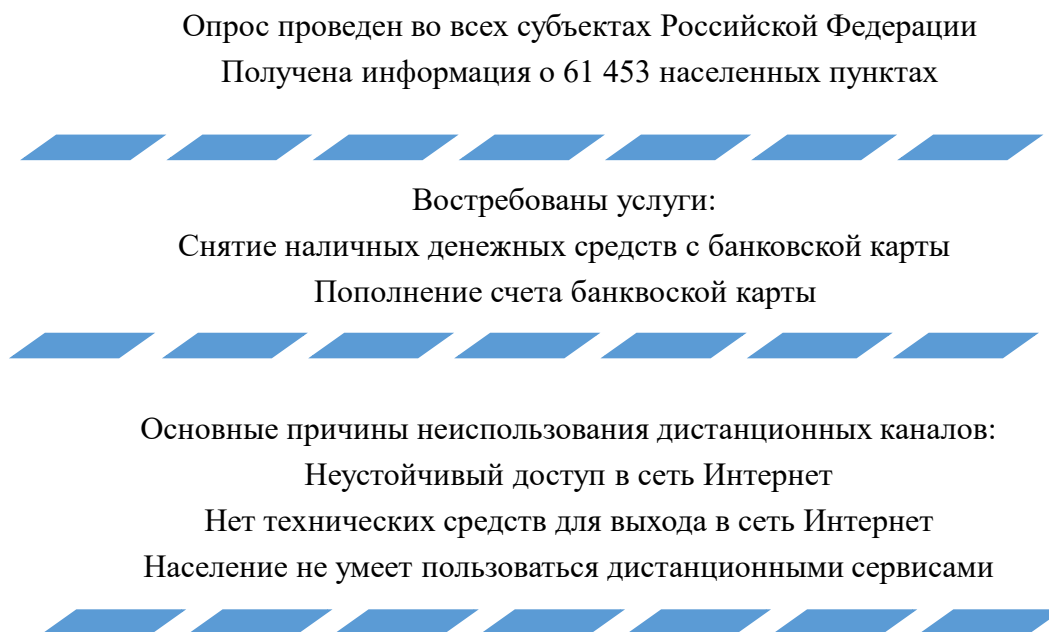
Основными направлениями развития финансового рынка России на 2024 год и на период 2025-2026 годов, сформулированными Банком России, являются повышение физической и ассортиментной доступности финансовых услуг через развитие онлайн-каналов обслуживания для населения и бизнеса при снижении рисков цифрового неравенства и усилении кибербезопасности; расширение возможностей привлечения долгового и долевого финансирования для бизнеса [94].

Необходимо отметить, что в международных публикациях была высказана мысль, что между финансовой доступностью и финансовой стабильностью существует синергия, то есть ожидаемый эффект от их совместного взаимодействия превышает сумму ожидаемых эффектов от них в отдельности [86]. Развитие банковской инфраструктуры, особенно региональной сети, заслуживает пристального внимания.

В поддержку такого мнения стоит обратиться к статистике по финансовой доступности.

Необходимо отметить, что с целью выявления потребностей регионов в повышении финансовой доступности Банк России проводит ежегодный всероссийский опрос глав муниципальных образований в виде типовой для всех субъектов Российской Федерации анкеты. Пример анкеты приведен информационно в приложении А.

На сайте Банка России размещена информация об итогах всероссийского опроса глав муниципальных образований в 2022 году. На рисунке 16 приведены результаты опроса.



Источник: составлено автором по материалам [88].

Рисунок 16 – Результаты ежегодного всероссийского опроса глав муниципальных образований в 2022 году

В международных публикациях были выделены следующие показатели доступности финансовых услуг для взрослого населения, повышение уровня которых способствует экономическому росту: «доля взрослого населения, владеющего счетом в формальной финансовой организации или имеющего кредитную карту; доля взрослого населения, пользовавшегося кредитом в формальной финансовой организации, за последний год; доля взрослого населения, пользовавшегося счетом для получения государственных платежей или заработной платы, за последний год» [115].

В таблице 9 представлен рейтинг федеральных округов по количеству платежных карт, выданных на территории региона, и операциям с их использованием, совершенным на территории России и за ее пределами, для физических лиц за 2023 год в территориальном разрезе [100].

Разница в занимаемых позициях наблюдается только в показателях Сибирского и Северо-Западного федеральных округов. По количеству платежных карт в единицах Сибирский федеральный округ обогнал Северо-Западный округ на 10,9%, по количеству операций с их использованием, включая операции за рубежом в тысячах единиц, – на 3,3%. Северо-Западный федеральный округ опередил Сибирский федеральный округ по сумме совершенных операций с использованием платежных карт, включая операции за рубежом в млн рублей на 6,8% [100].

Таблица 9 – Рейтинг федеральных округов по количеству платежных карт и операциям с их использованием для физических лиц в территориальном разрезе за 2023 год

Рейтинг округов по количеству платежных карт, в единицах, и по количеству операций с их использованием, включая операции за рубежом, в тысячах единиц	Рейтинг округов по сумме совершенных операций с использованием платежных карт, включая операции за рубежом, в млн рублей
1 Центральный федеральный округ	1 Центральный федеральный округ
2 Приволжский федеральный округ	2 Приволжский федеральный округ
3 Сибирский федеральный округ	3 Северо-Западный федеральный округ
4 Северо-Западный федеральный округ	4 Сибирский федеральный округ
5 Южный федеральный округ	5 Южный федеральный округ
6 Уральский федеральный округ	6 Уральский федеральный округ
7 Дальневосточный федеральный округ	7 Дальневосточный федеральный округ
8 Северо-Кавказский федеральный округ	8 Северо-Кавказский федеральный округ
9 Территории вне федерального округа	9 Территории вне федерального округа

Источник: составлено автором по материалам [100].

Такой рейтинг обоснован тем, что по состоянию на 01.04.2024 в Сибирском федеральном округе действует 55 филиалов – на 10% больше, чем в Северо-Западном округе; 2972 дополнительных офиса – больше на 22,8% по сравнению с Северо-Западным округом; 35 мобильных офисов – на 25,7% превышает показатель в Северо-Западном округе [100]. Прослеживается прямая пропорциональная зависимость: количество операций выше из-за большего количества подразделений кредитной организации, так как в некоторых населенных пунктах финансовые услуги можно получить только в офисе в связи с отсутствием доступа в сеть Интернет.

Необходимо также отметить, что на территориях вне федеральных округов такие сервисы предоставляются, о чем свидетельствуют ненулевые

показатели статистики.

Кроме того, в соответствии с отчетом Банка России «Итоги работы Банка России за 2023 год: кратко о главном» констатируем, что в 2023 году на отдаленных и малонаселенных территориях стали развиваться облегченные форматы финансовых услуг, например, сервис «наличные на кассе», мобильные офисы, а также ряд услуг можно получить в почтовых отделениях [92].

Таким образом, анализ показателей национальной платежной системы выявил, что доступность банковских продуктов в региональном разрезе является неравномерной и неустойчивой, что обуславливает потребность проведения оценки целесообразности или нецелесообразности модернизации банковских продуктов и сервисов в регионах. Необходимо регулярно проводить замеры финансовой доступности на территории России и проводить опросы среди населения и бизнеса об их удовлетворенности предоставляемыми в их регионе продуктами и услугами, в том числе людей с инвалидностью, пожилых и иных маломобильных групп населения, учитывая, что сеть Интернет покрывает не все регионы на территории России, а использование дистанционных сервисов для некоторых категорий потребителей требует адаптации и доверия.

Далее представляется необходимым изучение влияния показателей цифровизации платежной системы Российской Федерации в региональном разрезе на объемы реализации продуктов банковского сектора. Более подробно данные положения рассмотрены в следующем параграфе.

2.2 Влияние показателей цифровизации платежной системы Российской Федерации в региональном разрезе на объемы реализации продуктов банковского сектора

В рамках эмпирического анализа исследуемой темы и специфики представления статистических данных проводится тестирование значимости показателей цифровизации платежной системы Российской Федерации

в региональном разрезе на объемы реализации продукции коммерческого банковского сектора. Целью в данном случае при использовании математического аппарата моделирования, а именно линейной регрессии, предполагающей OLS-оценки коэффициентов, выступает выявление ключевых взаимосвязей параметров влияния и эндогенных переменных, отражающих интенсивность взаимодействий кредитных организаций и клиентского сектора в лице физических лиц и субъектов предпринимательской деятельности в регионах.

Анализ производится с использованием кросс-секционной выборки данных в региональном разрезе (observations), представленной 85 наблюдениями, зафиксированными на конец 2023 года и систематизированными в приложении Б. В качестве ключевых параметров, определяющих уровень взаимодействия клиентского и банковского секторов, выступают следующие эндогенные переменные (dependent variable):

- объем кредитов, предоставленных физическим лицам, на душу, в тысячах рублей;
- объем кредитов, предоставленных юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям, на количество юридических лиц и индивидуальных предпринимателей в регионе, в тысячах рублей;
- остатки привлеченных средств физических лиц на душу, в тысячах рублей;
- остатки привлеченных средств юридических лиц и индивидуальных предпринимателей на количество юридических лиц и индивидуальных предпринимателей в регионе, в млн рублей.

В качестве ключевых независимых параметров, напрямую или опосредованно влияющих на целевые переменные, определяющие дальнейшую спецификацию моделей с точки зрения аспекта цифровизации в системе финансовых отношений, выделены следующие регрессоры [68]:

- количество банкоматов с функцией выдачи и (или) приема наличных с использованием платежных карт (их реквизитов) – фактор пространственной доступности безналичной конвертации денежных средств;

- доля операций по оплате товаров и услуг в операциях, совершенных с использованием платежных карт, – показатель относительного преобладания безналичной формы расчета и продвижения сервиса эквайринга;

- доля населения, являющегося активными пользователями сети Интернет, в общей численности населения – показатель относительной стороны потенциального спроса на цифровую продукцию кредитных организаций;

- количество счетов с дистанционным доступом, открытых в кредитных организациях – сокращение транзакционных и временных издержек при доступе к продукции банка.

Для построения оценки зависимости каждой из целевых переменных от приведенных выше регрессоров используется классическая многомерная линейная регрессия, предполагающая OLS-оценки коэффициентов. Несмотря на возможную мультиколлинеарность регрессоров, OLS-оценки по-прежнему не нарушают поле теоремы Гаусса-Маркова, оставаясь наилучшими состоятельными в классе линейных несмещенных оценок, что позволяет сохранять исходную спецификацию [68]. Таким образом, можно представить следующий общий вид модели согласно формуле (3)

$$Y = \beta_0 + \beta_1 \times X_1 + \beta_2 \times X_2 + \dots + \beta_n \times X_n + \varepsilon, \quad (3)$$

где Y – целевая переменная;

β_n – коэффициенты регрессии;

X_n – независимый фактор влияния;

ε – стохастическая ошибка прогноза [68].

Оценка 1 «Влияние факторов воздействия на объемы кредитования физических лиц» [68]

В рамках данного подхода оценивается регрессия объема кредитов, предоставленных физическим лицам, на указанные ранее параметры влияния.

Спецификация оценки представлена в таблице 10.

Таблица 10 – Спецификация оценки

Переменная	Значение	Тип
Ind_cr	Объем кредитов, предоставленных физическим лицам	Эндогенная
Number_of_banks (num_banks)	Количество банкоматов с функцией выдачи и (или) приема наличных с использованием платежных карт, единиц	Экзогенная
Cr_card_share (share)	Доля операций по оплате товаров и услуг в операциях, совершенных с использованием платежных карт	Экзогенная
Internet_users	Доля населения, являющегося активными пользователями сети Интернет, в общей численности населения	Экзогенная
Distant_accounts	Количество счетов с дистанционным доступом, открытых в кредитных организациях, тысячи единиц	Экзогенная

Источник: составлено автором по материалам [68].

По результатам имеем оцененные значения коэффициентов, представленные на рисунке 17.

<i>Оценка 1</i>	
=====	
<i>Dependent variable:</i>	

<i>Ind_cr</i>	

<i>Number_of_banks</i>	-0.0002 (0.0003)
<i>Cr_card_share</i>	0.312*** (0.030)
<i>Internet_users</i>	0.393*** (0.086)
<i>Distant_accounts</i>	-0.0001 (0.00004)
<i>Constant</i>	-34.616*** (7.572)

<i>Observations</i>	85
<i>R2</i>	0.649
<i>Adjusted R2</i>	0.631
<i>Residual Std. Error</i>	3.229 (df = 80)
<i>F Statistic</i>	36.969*** (df = 4; 80)
=====	
<i>Note:</i>	* $p < 0.1$; ** $p < 0.05$; *** $p < 0.01$; <i>p</i> – уровень значимости; <i>R2</i> – коэффициент детерминации; <i>Adjusted R2</i> – скорректированный коэффициент детерминации; <i>Residual Std. Error</i> – стандартное отклонение; <i>F Statistic</i> – тестовая величина для проверки значимости модели

Источник: составлено автором.

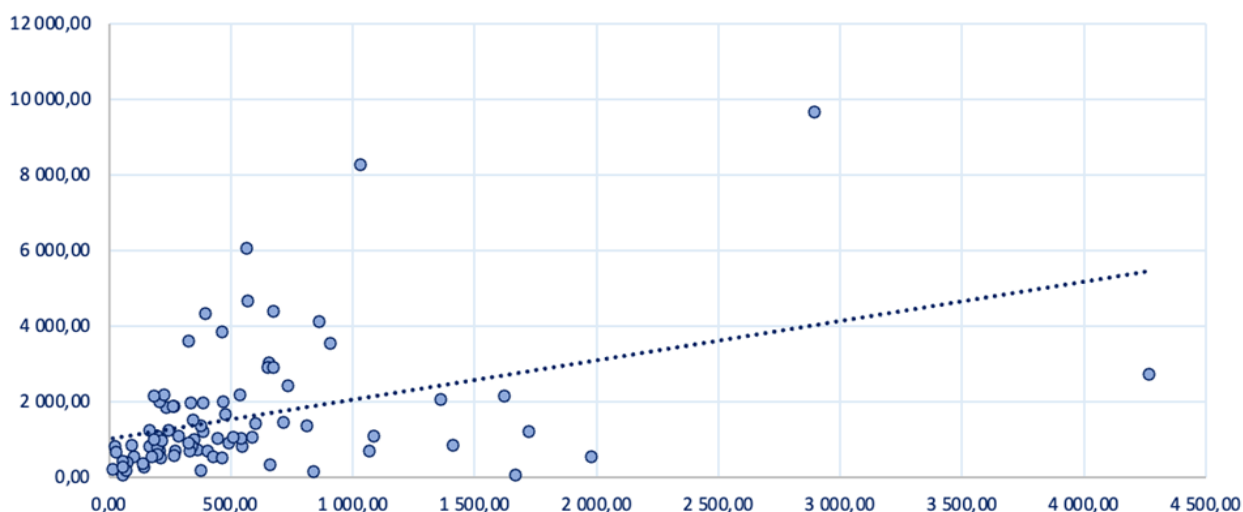
Рисунок 17 – Оценка 1

В данном случае значимым оказывается фактор доли операций по оплате товаров и услуг в операциях, совершенных с использованием платежных карт:

его приращение на один процентный пункт приводит к увеличению целевого показателя на 0,312 тыс. руб.; также значимым становится и показатель активных интернет-пользователей, потенциальное увеличение которого на один процентный пункт в общей структуре населения приводит к положительному изменению объема кредитования физических лиц на 0,393 тыс. руб. согласно полученным результатам оценки [68].

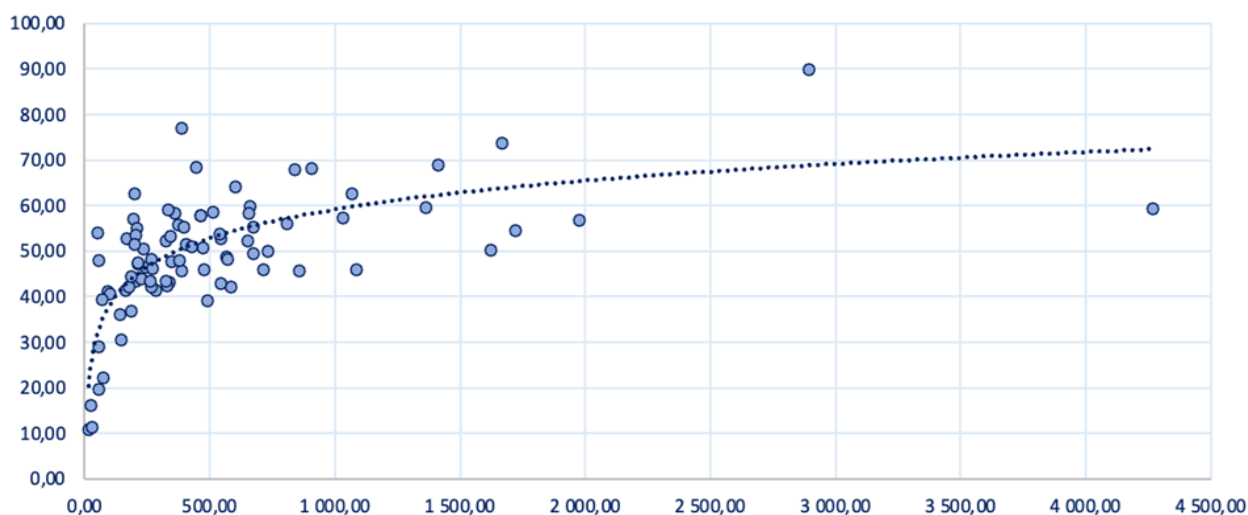
Оценка 2 «Влияние факторов воздействия на объемы кредитования юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» [68]

Текущая модель с учетом исходной спецификации экзогенных параметров оценивает значимость факторов влияния на целевой показатель объема предоставленных кредитных займов субъектам предпринимательской деятельности в регионах. Однако представленный визуальный анализ зависимости целевой переменной и части регрессоров позволяет сделать вывод о целесообразности перехода к частично логарифмической форме модели: с одной стороны, данный метод позволяет получить меньший разброс точек наблюдения, как это показано на рисунке 18, с другой – получить более адекватный результат с точки зрения построения линейной оценки при явно выраженной логарифмической форме зависимости в исходных данных, что демонстрирует рисунок 19.



Источник: составлено автором.

Рисунок 18 – Диаграмма рассеяния объема кредитов юридических лиц и индивидуальных предпринимателей и количества банкоматов с функцией выдачи и (или) приема наличных с использованием платежных карт



Источник: составлено автором.

Рисунок 19 – Диаграмма рассеяния объема кредитов юридических лиц и индивидуальных предпринимателей и доли операций по оплате товаров и услуг в операциях с использованием платежных карт

Таким образом возможно специфицировать исходную модель (3) как частично логарифмическую согласно формуле (4)

$$\ln(UL I cr) = \beta_0 + \beta_1 \times \ln(\text{Number of banks}) + \beta_2 \times \ln(\text{Cr card share}) + \beta_3 \times \text{Internet users} + \beta_4 \times \text{Distant accounts} + \varepsilon, \quad (4)$$

где $UL I cr$ – объем кредитов, предоставленных юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям;

β_n – коэффициенты регрессии;

ε – стохастическая ошибка прогноза [68].

Оценив данную модель (4), возможно сделать выводы о значимости регрессоров в формировании значений целевой переменной модели, как показано на рисунке 20.

В такой постановке модели значимыми переменными оказываются количество банкоматов с функцией выдачи и (или) приема наличных с использованием платежных карт, а также регрессор доли операций по оплате товаров и услуг в операциях, совершенных с использованием платежных карт:

приращение данного показателя на один процентный пункт приводит, согласно представленным оценкам, к росту объема предоставленных корпоративному сектору кредитов на 2% [68].

<i>Оценка 2</i>	
=====	
<i>Dependent variable:</i>	
<i>ln_UL_cr</i>	

<i>ln_num_banks</i>	0.243*** (0.081)
<i>ln_share</i>	1.953*** (0.224)
<i>Internet_users</i>	0.005 (0.018)
<i>Distant_accounts</i>	0.00000 (0.00001)
<i>Constant</i>	-3.811** (1.733)

<i>Observations</i>	85
<i>R2</i>	0.604
<i>Adjusted R2</i>	0.584
<i>Residual Std. Error</i>	0.666 (df = 80)
<i>F Statistic</i>	30.493*** (df = 4; 80)
=====	
<i>Note:</i>	* <i>p</i> < 0.1; ** <i>p</i> < 0.05; *** <i>p</i> < 0.01; <i>p</i> – уровень значимости; <i>R2</i> – коэффициент детерминации; <i>Adjusted R2</i> – скорректированный коэффициент детерминации; <i>Residual Std. Error</i> – стандартное отклонение; <i>F Statistic</i> – тестовая величина для проверки значимости модели

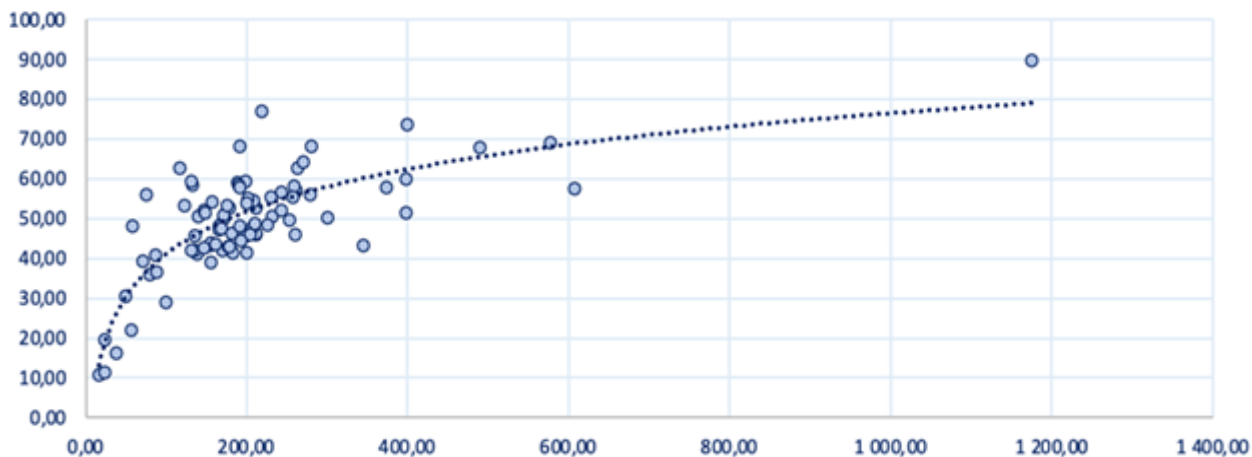
Источник: составлено автором.

Рисунок 20 – Оценка 2

Оценка 3 «Влияние факторов воздействия на объемы размещенных средств физических лиц» [68]

При проведении визуального анализа расположения точек наблюдения целевой переменной и регрессоров, аналогично предыдущей модели (4), возможно наблюдать нелинейную взаимосвязь, описываемую логарифмической функцией. В этой связи постановка модели для анализа зависимости объема остатков на счетах физических лиц от параметров влияния использован

переход к логарифмам по тем же переменным, что и в предыдущем случае. Необходимость такого перехода представлена графическим анализом, отраженным на рисунке 21.



Источник: составлено автором.

Рисунок 21 – Диаграмма рассеяния объема остатков средств физических лиц и доли операций по оплате товаров и услуг в операциях с использованием платежных карт

Тогда соответствующая модель описывается согласно формуле (5)

$$\ln(dep) = \beta_0 + \beta_1 \times \ln(\text{Number of banks}) + \beta_2 \times \ln(\text{Cr card share}) + \\ + \beta_3 \times \text{Internet users} + \beta_4 \times \text{Distant accounts} + \varepsilon, \quad (5)$$

где dep – объемы размещенных средств физических лиц;

β_n – коэффициенты регрессии;

ε – стохастическая ошибка прогноза [68].

Представленные на рисунке 22 результаты демонстрируют соответствующие OLS-оценки.

Наибольшей значимостью характеризуется показатель доли операций по оплате товаров и услуг в операциях, совершенных с использованием платежных карт: приращение данного показателя на один процентный пункт приводит, согласно представленным оценкам, к росту целевого показателя на 1,4%. Кроме того, значимость при определении средств на счетах физических

лиц продемонстрировали количественные показатели: количество банкоматов с функцией выдачи и (или) приема наличных с использованием платежных карт, а также количество счетов с дистанционным доступом, открытых в кредитных организациях. Однако их численное приращение не оказывает существенного воздействия на изменение эндогенного параметра [68].

<i>Оценка 3</i>	
=====	
<i>Dependent variable:</i>	

<i>ln_Ind_dep</i>	

<i>ln_num_banks</i>	0.099** (0.044)
<i>ln_share</i>	1.432*** (0.120)
<i>Internet_users</i>	0.010 (0.009)
<i>Distant_accounts</i>	0.00001** (0.00000)
<i>Constant</i>	-2.008** (0.926)

<i>Observations</i>	85
<i>R2</i>	0.732
<i>Adjusted R2</i>	0.718
<i>Residual Std. Error</i>	0.356 (df = 80)
<i>F Statistic</i>	54.516*** (df = 4; 80)
=====	
<i>Note: *p<0.1; **p<0.05; ***p<0.01;</i>	
<i>p – уровень значимости;</i>	
<i>R2 – коэффициент детерминации;</i>	
<i>Adjusted R2 – скорректированный коэффициент детерминации;</i>	
<i>Residual Std. Error – стандартное отклонение;</i>	
<i>F Statistic – тестовая величина для проверки значимости модели</i>	

Источник: составлено автором.

Рисунок 22 – Оценка 3

Оценка 4 «Влияние факторов воздействия на объемы размещенных средств юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» [68]

Спецификация текущей зависимости определяется аналогично тем же предпосылкам, что и при анализе для физических лиц. Нелинейная зависимость по крайней мере по одной из экзогенных переменных демонстрирует

необходимость аналогичного логарифмирования по соответствующим переменным согласно формуле (6)

$$\ln(UL I d) = \beta_0 + \beta_1 \times \ln(\text{Number of banks}) + \beta_2 \times \ln(\text{Cr card share}) + \\ + \beta_3 \times \text{Internet users} + \beta_4 \times \text{Distant accounts} + \varepsilon, \quad (6)$$

где $UL I d$ – объемы размещенных средств юридических лиц и индивидуальных предпринимателей;

β_n – коэффициенты регрессии;

ε – стохастическая ошибка прогноза [68].

Результаты моделирования представлены на рисунке 23.

Оценка 4	
Dependent variable:	
ln_Firms_dep	
ln_num_banks	0.271*** (0.076)
ln_share	1.024*** (0.208)
Internet_users	0.013 (0.016)
Distant_accounts	0.00001** (0.00001)
Constant	-6.430*** (1.610)
Observations	85
R2	0.504
Adjusted R2	0.479
Residual Std. Error	0.619 (df = 80)
F Statistic	20.299*** (df = 4; 80)
Note: *p<0.1; **p<0.05; ***p<0.01;	
p – уровень значимости;	
R2 – коэффициент детерминации;	
Adjusted R2 – скорректированный коэффициент детерминации;	
Residual Std. Error – стандартное отклонение;	
F Statistic – тестовая величина для проверки значимости модели	

Источник: составлено автором.

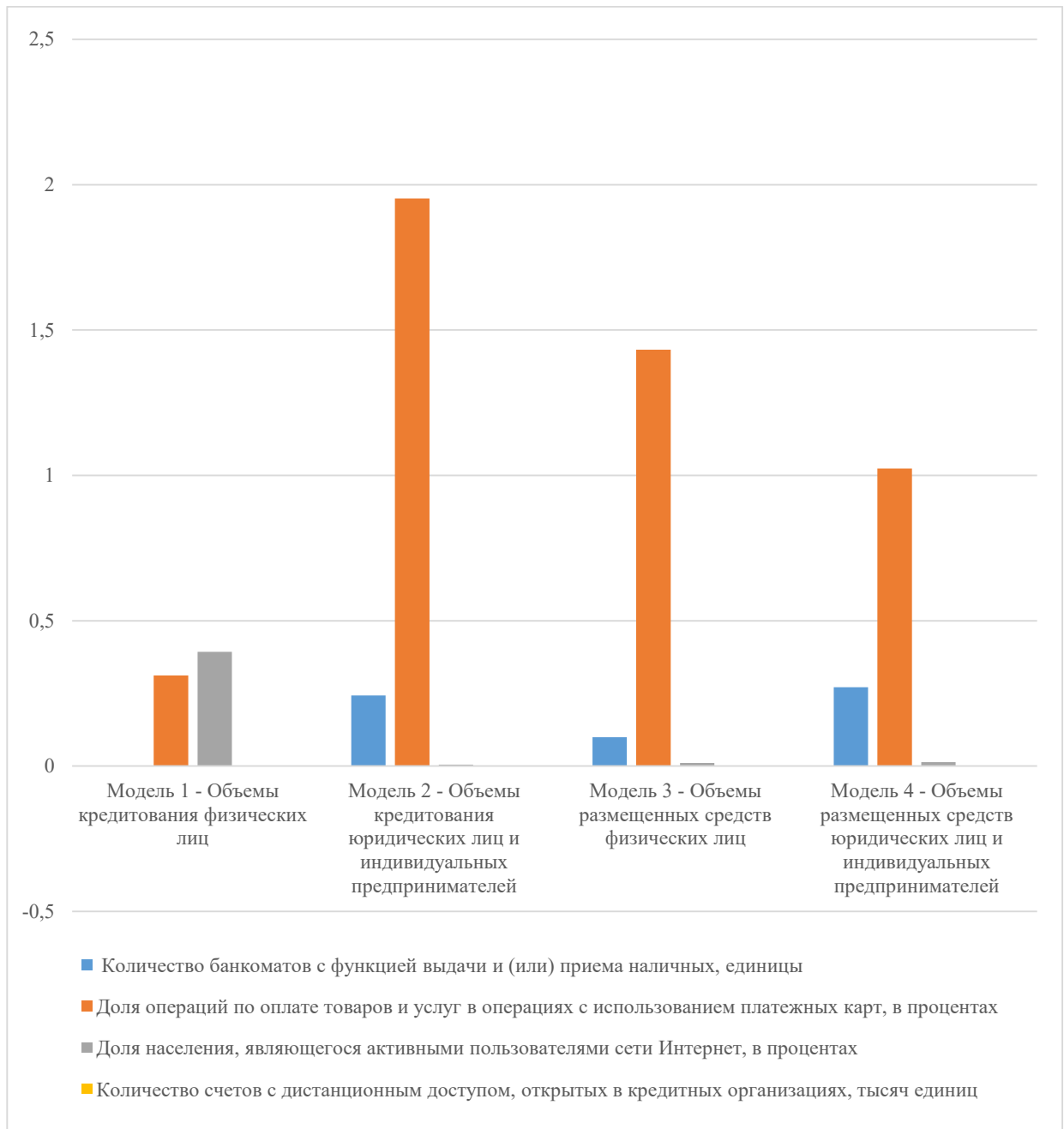
Рисунок 23 – Оценка 4

По результатам оценивания текущей модели (6) значимость подтверждается для коэффициентов трех регрессоров. Наибольшим приращением к целевому параметру опять же характеризуется параметр, описывающий долю операций по оплате товаров и услуг в операциях, совершенных с использованием платежных карт. Эластичность целевого показателя объема остатков средств на счетах юридических лиц и индивидуальных предпринимателей по указанному процентному приращению характеризуется откликом в приращении в 1,024%. Значимость также продемонстрировали соответствующие количественные параметры, хотя и аналогично тому, что было при анализе для физических лиц, их изменение не приводит к существенному колебанию абсолютных значений целевого показателя: количество банкоматов с функцией выдачи и (или) приема наличных с использованием платежных карт, а также количество счетов с дистанционным доступом, открытых в кредитных организациях [68].

По результатам моделирования оценены четыре модели, отражающие предполагаемые зависимости объемов продуктов банковского сектора в региональном разрезе Российской Федерации и показателей цифровизации национальной платежной системы. Все четыре модели характеризуются достаточно высокими значениями качества подгонки регрессии (скорректированный коэффициент детерминации). Удалось выявить устойчивую нелинейную взаимосвязь практически по всем целевым параметрам и ряду экзогенных переменных.

Таким образом, на базе применения эконометрического метода наименьших квадратов в линейной регрессии для выявления взаимосвязи внедрения цифровых технологий и реализации банковских продуктов доказано, что доминирующим фактором, непосредственно влияющим на объемы реализации продуктов банковского сектора, является использование безналичной формы расчетов, а также цифровых каналов обслуживания, продвижение сервиса эквайринга на основе кросс-секционной выборки данных в региональном разрезе, представленной 85 наблюдениями, зафиксированными

на конец 2023 года, что показано на рисунке 24 [68].



Источник: составлено автором.

Рисунок 24 – Взаимосвязь внедрения цифровых технологий и реализации банковских продуктов на примере четырех моделей

Далее представляется целесообразным изучение современного состояния и проблем внедрения банковских продуктов в цифровом формате. Более подробно данные положения рассмотрены в следующем параграфе.

2.3 Современное состояние и проблемы внедрения банковских продуктов в цифровом формате

Цифровые технологии в период пандемии начали свое наступление стремительно и вполне успешно. Самоизоляция в этот период повлияла на использование гражданами банковских продуктов и услуг в дистанционном формате [31]. По результатам исследования «Уровень цифровой зрелости банков (Digital Banking Maturity) – 2020» Россия превосходила среднемировой уровень среди лидеров банковской сферы по следующим показателям: «Поиск информации», «Открытие счетов», «Ежедневное взаимодействие с клиентом», «Использование сервисов банка» и «Заккрытие счета» [102].

При этом наименьшие значения Россия получила по показателю «Первые шаги клиента» [102]. Это говорит о необходимости оптимизации и улучшения работы банков с клиентами на старте, о применении клиентоцентричного подхода, механизм построения которого будет предложен в рамках настоящего исследования в третьей главе.

Кроме того, необходимо своевременное рациональное регулирование, «с одной стороны, оказывающее поддержку стабильности финансовой системы и защите прав потребителей, а с другой – способствующее развитию и внедрению цифровых технологий» [81].

В рейтинге глобальной конкурентоспособности 2016 – 2017 годов по данным исследования Всемирного экономического форума Россия заняла 43 место. При этом в числе ключевых причин такой позиции России были названы недостаточно эффективная деятельность государственных институтов, низкая степень раскрытия инновационного потенциала, незначительная развитость финансового рынка и слабый уровень доверия инвесторов к финансовой системе, а также снижение внутреннего спроса, экономические санкции [117].

В исследовании компании KMDA, специализирующейся на цифровом консалтинге и стратегии бизнес-трансформации, «Цифровая трансформация в России – 2020» приведена тепловая карта интереса российских компаний

к цифровым технологиям. Согласно этим данным банковский сектор проявляет максимальный интерес к следующим цифровым технологиям: Data Science (Big Data Analytics), Биометрия, Искусственный интеллект (Machine Learning, нейросети); на втором месте – Роботизация процессов (RPA), Компьютерное зрение и распознавание, Дополненная и виртуальная реальность (AR/VR) [105].

Банки начали активно развиваться и модернизировать свою деятельность, бизнес-процессы, сервисы и банковские продукты после цифровых вызовов и развития технологий на рынке:

- использование системы быстрых платежей и развитие безналичных расчетов. Доля безналичных платежей в России устойчиво растет и превысила 83%. В марте 2024 года Европарламент одобрил законопроект, обязывающий европейские банки и иных провайдеров платежных услуг предоставлять своим клиентам сервис быстрых платежей с января 2025 года [106];

- дальнейшее развитие и использование цифровых валют на национальном уровне. В России с сентября 2022 года по март 2023 года проводились тестовые испытания взаимодействия платформы цифрового рубля с информационными системами кредитных организаций, 5 мая 2023 года платформа цифрового рубля сдана в промышленную эксплуатацию. Всего количество стран, работающих над цифровой валютой, за период с 2020 года по 2023 год выросло почти в четыре раза. Так, представители Банка Англии в 2023 году стали более определенно говорить о вероятном запуске цифрового фунта и уже представили результаты работы и экспериментов по выбору технической архитектуры [106];

- применение биометрии в платежной сфере и развитие новых форм эквайринга, например, биоэквайринг – прием платежей с использованием биометрических данных клиента, при этом в момент оплаты клиенту не требуется карта или ее реквизиты. В России биометрические платежи уже используются в московском метро, где почти 50 млн платежей совершено с использованием технологии распознавания лиц (FacePay) [106];

– использование технологий искусственного интеллекта и машинного обучения, использование возможностей машинного обучения позволяет выявить и учесть скрытые паттерны, проявляющиеся при проведении мошеннических операций. Средний уровень использования искусственного интеллекта в российской экономике составляет более 31%, при этом в финансовом секторе этот показатель превышает 55%. Ожидаемый финансовый эффект от внедрения искусственного интеллекта в банковскую отрасль оценивается от 0,6 до 0,9 трлн рублей в год [106];

– использование Progressive Web Application (далее – PWA) – веб-приложений, которые могут работать на любой мобильной операционной системе без установки. Стоимость кросс-платформенной разработки PWA гораздо ниже, чем у скомпилированных приложений, которым требуется отдельная кодовая база для каждой платформы, например, Android, iOS и каждой настольной операционной системы [93].

Коммерческие банки продолжают активно трансформировать стандартные бизнес-процессы в цифровой контент, выполняя большинство банковских операций удаленно. Достижением трансформации банковского сектора можно назвать появление у коммерческих банков собственных экосистем с целью предоставления банковского сервиса по принципу «единого окна» и создания бесшовного и удобного клиентского центра [65].

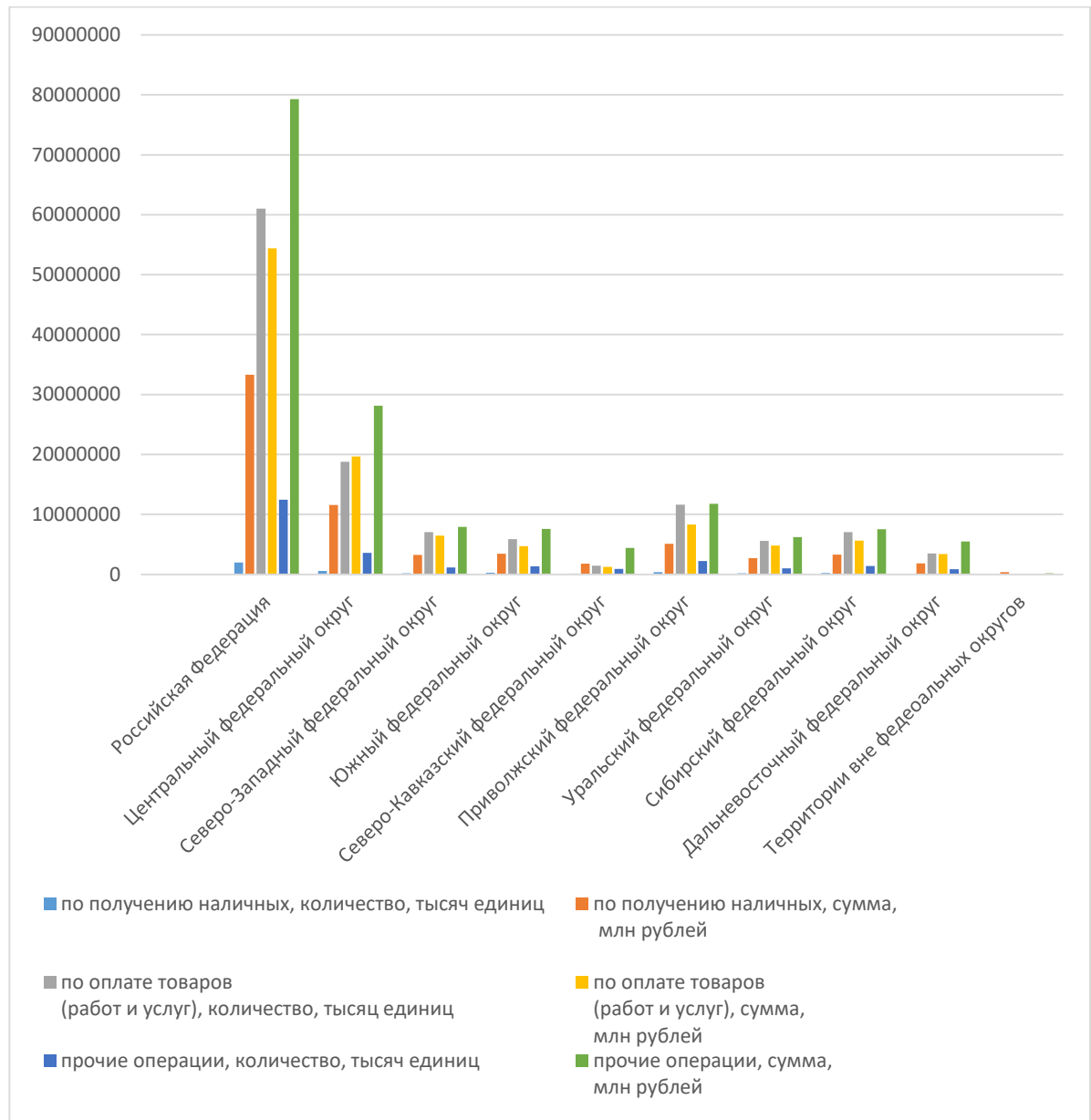
Банк России определил экосистему «как совокупность сервисов, в том числе платформенных решений, одной группы компаний или компании, позволяющих пользователям получать широкий круг продуктов и услуг в рамках единого бесшовного интегрированного процесса» [90]. Крупными международными экосистемами считаются четыре американские технологические компании: Google, Apple, Facebook и Amazon, так называемая GAFA, и две китайские: Alibaba, Tencent [107].

Если говорить про российский рынок, то здесь можно увидеть следующую закономерность: прогрессивные финансовые организации трансформируются в технологические компании и создают вокруг себя экосистемы финансовых и нефинансовых услуг, а также делают совместные

проекты с интернет-компаниями [107].

Стоит отметить тот факт, что общество уже привыкло к появившимся удобным цифровым банковским сервисам и продуктам, облегчающим повседневную рутину.

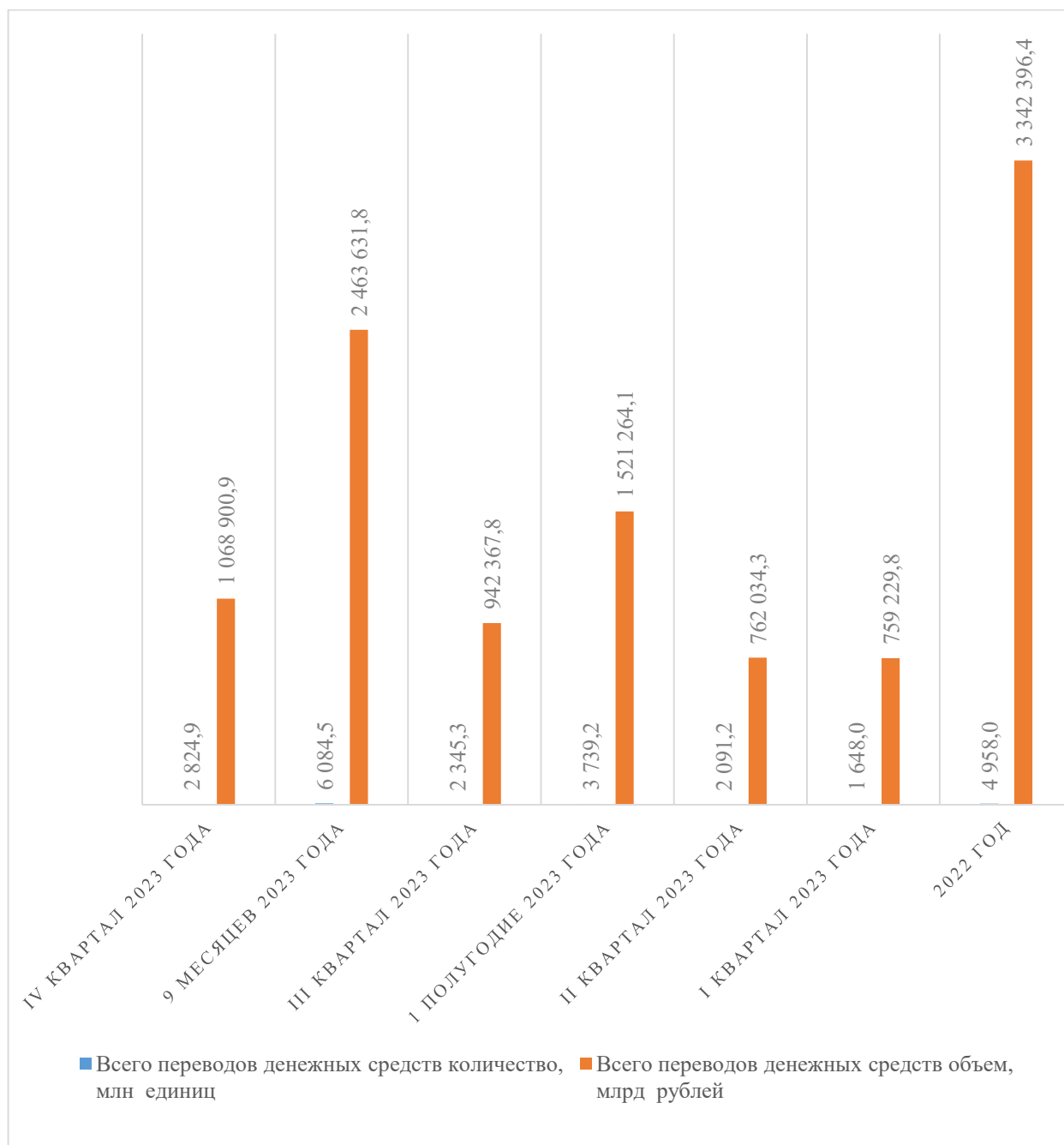
На рисунке 25 показано количество операций физических лиц, совершенных на территории России и за ее пределами.



Источник: составлено автором по материалам [100].

Рисунок 25 – Количество операций, совершенных физическими лицами на территории России и за ее пределами

Как показывают данные рисунка 26, количество и объем денежных переводов, осуществленных через платежную систему Банка России, в 2022 году составили 4 958 млн единиц и 3 342 396,4 млрд руб., в 2023 году – 8 909,4 млн единиц и 3 532 532,8 млрд руб. Очевидно, что динамика положительная, в 2023 году заметен рост как общего количества переводов денежных средств, так и объема денежных средств [100].



Источник: составлено автором по материалам [100].

Рисунок 26 – Всего денежных переводов, осуществленных через платежную систему Банка России

На портале банковского аналитика можно проанализировать различные рейтинги. В таблице 11 представлен составной рейтинг (рэнкинг) банков по показателю «средние активы банков», в котором лидирует ПАО «Сбербанк».

Таблица 11 – Составной рейтинг (рэнкинг) банков по показателю «средние активы банков»

В тысячах рублей

Банк ↓	Средние активы
СБЕРБАНК	17 237 666 156
ВТБ	6 696 552 151
НКЦ	5 177 657 699
АЛЬФА-БАНК	2 582 868 660
ГПБ	1 924 511 782
ФК ОТКРЫТИЕ	1 603 490 756
СОВКОМБАНК	1 436 039 135
РАЙФФАЙЗЕНБАНК	1 017 690 977
РОСБАНК	971 129 576
РОССЕЛЬХОЗБАНК	814 895 783
МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК	728 869 873
ДОМ.РФ	711 001 955
ПОЧТА БАНК	594 274 656
АК БАРС БАНК	381 116 368
БМ-БАНК	371 183 943
МТС-БАНК	366 675 856
ЮНИКРЕДИТ БАНК	353 215 211
УРАЛСИБ	339 627 819
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	334 782 292
ДРАЙВ КЛИК БАНК	306 399 862
НОВИКОМБАНК	250 257 770
ХКФ БАНК	239 331 529
РНКБ БАНК	201 061 295

Источник: составлено автором по материалам [96].

В таблице 12 представлен составной рэнкинг банков по показателю «доля вкладов физических лиц в пассивах».

Таблица 12 – Рэнкинг банков по показателю «доля вкладов физических лиц в пассивах»

В процентах

Банк	Значение ▼▲	Справочно
МП БАНК	0,01	х
МИДЗУХО МОСКВА	0,01	8,16
АЛЬТЕРНАТИВА	0,02	10,40
МОДУЛЬБАНК	0,02	5,70
СТРЕЛА	0,03	-23,86
РЕСПУБЛИКАНСКИЙ КРЕДИТНЫЙ АЛЪЯНС	0,04	-3,56
ВЯТИЧ	0,06	2,97
ПРОКОММЕРЦБАНК	0,06	-4,80
ВИТАБАНК	0,07	18,07
НИБ	0,08	-2,04
ЭКО-ИНВЕСТ	0,09	-2,54
ЧАЙНА КОНСТРАКШН БАНК	0,09	-17,78
ДЕНИЗМОСКВА	0,09	-4,70
УРИ БАНК	0,10	3,02
СЛАВЯНБАНК	0,10	-7,86
СПБ БАНК	0,14	-38,34
БЛАНК БАНК	0,14	-2,11
АРЕСБАНК	0,14	16,81
НДБАНК	0,25	34,99
АЛТЫНБАНК	0,25	1,50
ЭКСИ-БАНК	0,36	-30,44
РАЙФФАЙЗЕНБАНК	0,38	-0,88
ИНГ ЕВРАЗИЯ	0,39	-25,10
МБА-МОСКВА	0,40	-6,36
БМ-БАНК	0,44	х

Источник: составлено автором по материалам [96].

Банки начали активно развиваться и модернизировать свою деятельность, бизнес-процессы, сервисы и банковские продукты после цифровых вызовов и развития технологий на рынке.

При определении приоритетов развития цифровых технологий в банковском секторе Банком России также были учтены потребности участников рынка. Одновременно был проведен открытый опрос представителей финтех-рынка в формате онлайн-анкетирования, в котором приняли участие 79 организаций из разных сегментов рынка. Участниками рынка было определено 12 приоритетных направлений развития финансовых технологий в России, а именно «Безопасный финансовый рынок», «Развитие механизмов доступа к данным», «Финансовая грамотность в цифровом мире», «Сквозная цифровизация финансового рынка», «Развитие платежной среды», «Среда для развития финтех-инноваций», «Свобода выбора для потребителя», «Невидимые финансы», «Облачные сервисы», «Развитие блокчейн-технологий», «Развитие конкуренции и регулирование экосистем», «Финансовые услуги нового поколения на базе новых технологий» [97].

Таким образом, можно обозначить еще ряд ключевых событий, произошедших за период 2022-2023 гг. и оказавших не последнее влияние на развитие цифровых технологий в России:

- 1) В 2022 году банковский сектор испытывал на себе колоссальное давление со стороны «недружественных» стран из-за антироссийских санкций.
- 2) В 2023 году крупные российские банки были включены в SDN-list (Specially Designated Nationals And Blocked Persons List) – блокирующий список физических и юридических лиц, попавших под самые жесткие, блокирующие санкции Соединенных Штатов Америки (далее – США).
- 3) В 2023 году крупные российские банки были отключены от SWIFT (Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication) – системы межбанковских переводов с обеспечением безопасности при обмене банковской информацией. Однако решением Совета директоров Банка России от 17.03.2023 для передачи финансовой информации с 01.10.2023 при переводах средств на территории России банки обязаны использовать только российские

сервисы и отечественную финансовую инфраструктуру для обеспечения надежности, бесперебойности и безопасности обмена данными при проведении внутрироссийских операций. Информацию по таким операциям теперь необходимо передавать через собственные банковские системы или сервисы сторонних российских компаний, а также Систему передачи финансовых сообщений Банка России [104].

4) Международные платежные системы Visa и Mastercard с 10 марта 2022 года перестали работать в России. Это означает, что карты этих систем, выпущенные российскими банками, будут работать на территории России в нормальном режиме, но перестанут работать за границей и в иностранных онлайн-магазинах, сервисы Apple Pay и Google Pay также перестали работать. По картам «Мир» доступны все те же операции, что были доступны по картам международных платежных систем. Также можно подключить сервис Mir Pay для оплаты с помощью смартфона, запущенный в рамках развития Национальной системы платежных карт (далее – НСПК) и платежной системы «Мир» (далее – ПС «Мир») [87].

Показатель «Time-to-Market» (время выхода на рынок нового или модернизированного продукта) является одним из ключевых показателей оценки эффективности деятельности банка, который необходимо регулярно развивать, улучшать и сокращать с учетом динамики на рынке. Банкам необходимо постоянно поддерживать высокий уровень предоставления дистанционных сервисов и обладать способностью преобразования количества клиентских контактов в увеличение объема продаж и, соответственно, прибыли.

На сегодняшний день вопросы внедрения цифровых решений в традиционные банковские продукты можно назвать ключевым вектором экономического роста и развития отрасли, позитивно сказывающегося на национальной экономике в целом.

Сегодня вопросы внедрения цифровых продуктов являются одними из наиболее востребованных в текущих реалиях, поскольку развитие

бизнес-процессов банковского сектора требует полной трансформации инфраструктуры и архитектуры банковских операций в целях формирования новых возможностей и перспективных направлений работы с реальной и потенциальной клиентской базой, выводит банковский бизнес на новый уровень качества оказания услуг. Указанные обстоятельства обуславливают важность рассмотрения темы внедрения цифровых продуктов в банковскую практику и проблем, возникающих при этом.

В соответствии с Толковым словарем общенаучных терминов и понятий О.Б. Пономарева «проблема – это форма теоретического знания, содержанием которой являются некоторые затруднения, требующие преодоления с помощью теоретического или эмпирического исследования. В науке проблемы возникают в рамках некоторого существующего в явном виде знания. Поэтому понятие «проблема» можно определить как знание о незнании. Проблема – это не застывшая форма знания, а процесс, включающий два составных момента: ее постановку и решение» [42].

Таким образом, с учетом данного определения проблемы внедрения банковских продуктов в цифровой формате можно назвать некоторыми затруднениями, с которыми сталкивается банк и которые нужно преодолеть и разрешить посредством их теоретического или эмпирического исследования, включающего сбор, обработку, анализ данных, выдвижение гипотез и формулировку выводов по выходу из затруднений.

Вызывает интерес высказывание А. Эйнштейна и Л. Инфельда о том, что «формулировка проблемы часто более существенна, чем ее разрешение, которое может быть делом лишь математического или экспериментального искусства. Постановка новых вопросов, развитие новых возможностей, рассмотрение старых проблем под новым углом зрения требуют творческого воображения и отражают действительный успех в науке» [52].

Таким образом, можно допустить, что один из наиболее существенных аспектов в решении проблемы – это ее постановка и правильная формулировка.

Необходимо отметить, что проблем, которые могут возникнуть при внедрении банковских продуктов в цифровой формате, бесчисленное

множество, и они могут относиться как к технологическим, производственным, так и к информационным, инновационным, кадровым, социальным, экологическим и так далее. При этом с учетом постоянно и динамично меняющейся действительности то, что сегодня кажется проблемой, завтра таковой уже не будет. И наоборот, то, что сегодня казалось нормой, завтра может перейти в ранг самых важных и срочных проблем.

Предлагается условно разделить на три укрупненные общеизвестные группы всю совокупность проблем внедрения цифровых банковских продуктов.

К первой группе можно отнести проблемы внедрения, связанные с обеспечением безопасности. При использовании цифровых технологий банки обращаются к большому числу личных данных клиентов и персональной информации, на которую распространяются требования обеспечения конфиденциальности. Данная информация нередко становится объектом атак со стороны киберпреступников или финансовых интернет-мошенников и нуждается в дополнительных мерах защиты.

Ко второй группе можно отнести проблемы, обусловленные технической стороной внедрения цифровых банковских продуктов, что вызвано их высокой зависимостью от бесперебойной работы технических устройств. При этом любой технический сбой, даже имеющий кратковременный характер, может привести к значительным негативным последствиям для клиентов в виде потери связи, задержек оплаты, недовольства покупателей и так далее.

К третьей группе можно отнести совокупность проблем, обусловленных постоянным изменением запросов клиентов и их ожиданий от использования цифровых сервисов. Коммерческие банки, имеющие развитую систему цифровых решений для клиентов, обладают большим преимуществом перед своими конкурентами в связи с возможностью оперативного реагирования на любое изменение конъюнктуры рынка, ожиданий клиентов и так далее.

В целях нейтрализации рассмотренных выше проблем внедрения цифровых банковских продуктов можно выделить следующие пути их развития:

- утверждение на государственном уровне стандартов минимальных требований к обеспечению цифровой безопасности данных клиентов коммерческих банков, развитие коллективной безопасности банков с крупными корпорациями и государственными организациями, обязательное прохождение всеми гражданами многофакторной аутентификации при использовании банковских услуг;
- дальнейшее развитие технологий для экстренной минимизации последствий сбоев и технических ошибок в работе коммерческих банков, в том числе путем внедрения обязательных нормативов или индикаторов расходов на ликвидацию технических сбоев и так далее;
- разработка дорожных карт решения проблем цифровизации банковского сектора.

На рисунке 27 предлагается разделить на три концептуальные группы проблемы, связанные с модернизацией банковских продуктов: проблемы общественных интересов, проблемы внутрибанковских интересов, проблемы государственных интересов.

К проблемам общественных интересов можно отнести вопросы финансовой грамотности, финансовой доступности, борьбы с мисселингом и недобросовестными игроками на рынке.

На практике нередко случаи реализации услуг без заблаговременного ознакомления клиентов с условиями договора. Происходят и такие ситуации, когда сотрудники банка представляют комбинированный продукт, состоящий из банковского продукта и услуг финансового посредника, в виде чистого банковского. В таких случаях потребители также заранее не осведомляются о существующих условиях и элементах предоставленного продукта [79].

К проблемы внутрибанковских интересов можно отнести следующее: взаимодействие IT-специалистов с бизнес-заказчиком, низкий уровень автоматизации бизнес-процессов, длительный этап согласования, отсутствие гибкого подхода, недостаток опытных IT-специалистов и так далее.

К проблемам государственных интересов можно отнести развитие цифровой экономики и экономики данных, выполнение научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (далее – НИОКР), построение эффективного информационного общества и обеспечение конкуренции на международной арене.



Источник: составлено автором.

Рисунок 27 – Концептуальный подход при выявлении проблем модернизации банковских продуктов

Таким образом, в данном параграфе рассмотрены статистические данные, опубликованные Банком России, современное состояние и проблемы, связанные с модернизацией банковских услуг.

С учетом вышеизложенного дальнейшим шагом в исследовании становится актуальным обращение к предложениям и рекомендациям по модернизации банковских продуктов в условиях цифровой экономики, а также рассмотрение механизма формирования кластеров клиентов

с востребованными у них свойствами банковских продуктов и разработка клиентоцентричного подхода в целях модернизации банковских продуктов.

Выводы

1) В целях анализа доступности банковских продуктов на всей территории России проанализированы вопросы территориального присутствия действующих кредитных организаций и их подразделений с точки зрения региональной специфики. Кроме того, проведен сравнительный анализ количества и объема переводов денежных средств, осуществленных через платежную систему Банка России с использованием сервисов перевода за 2023 год также в разрезе региональной специфики.

По результатам анализа через призму региональной специфики таких показателей, как институциональная обеспеченность платежными услугами в территориальном разрезе; количество счетов с дистанционным доступом, открытых в кредитных организациях, в территориальном разрезе и сведения об устройствах, расположенных на территории региона и предназначенных для осуществления операций с использованием и без использования платежных карт, в территориальном разрезе, определены регионы, у которых в перспективе возможны проблемы с точки зрения доступности банковских продуктов.

2) На основании применения эконометрического метода наименьших квадратов в линейной регрессии для выявления взаимосвязи внедрения цифровых технологий и реализации банковских продуктов доказано, что доминирующим фактором, непосредственно влияющим на объемы реализации продуктов банковского сектора, является безналичной формы расчетов с использованием платежных карт, что, в свою очередь, влияет на принятие решения о необходимости или ее отсутствии проведения модернизации банковских продуктов в кредитной организации.

3) Проанализировано современное состояние и проблемы внедрения

банковских продуктов. Сделан вывод о том, что внедрение цифровых технологий в банковской индустрии в настоящий момент времени ускоряется. При этом выделены три укрупненных направления банковской работы, в рамках которых банки внедряют процессы цифровой трансформации – автоматизация внутренних бизнес-процессов, трансформация используемых бизнес-моделей и развитие взаимодействия с клиентами.

Одновременно с этим обозначены основные проблемы внедрения цифровых банковских продуктов – проблемы внедрения, связанные с обеспечением безопасности, проблемы, обусловленные технической стороной внедрения цифровых банковских продуктов, проблемы, обусловленные постоянным изменением запросов клиентов и их ожиданий от использования цифровых сервисов.

К направлениям решения выявленных проблем предложено утверждение на государственном уровне стандартов минимальных требований к обеспечению цифровой безопасности данных клиентов коммерческих банков, дальнейшее развитие технологий для экстренной минимизации последствий сбоев и технических ошибок, разработку дорожных карт решения проблем цифровизации банковского сектора.

Глава 3

Предложения и рекомендации по модернизации банковских продуктов в условиях цифровой экономики

3.1 Механизм формирования кластеров клиентов с востребованными у них свойствами банковских продуктов и разработка клиентоцентричного подхода в целях модернизации банковских продуктов

Начало XXI века ознаменовалось развитием цифровых технологий, а формирование цифровой культуры общества стало одним из ключевых факторов цифровой трансформации в процессе хозяйственной деятельности субъектов рынка [55].

Банки меняются под воздействием цифровизации, конкуренции, инноваций и потребностей клиентов. Технологии – будущее в развитии банковского сектора. Они позволяют банкам создавать новые, модернизированные и усложненные продукты, иметь лучшую рыночную инфраструктуру и выходить на географически отдаленные и диверсифицированные рынки [57].

Сегодня можно выделить три укрупненных направления банковской работы, в которые банки внедряют цифровые технологии.

К первому направлению относится внедрение цифровых технологий в целях автоматизации внутренних бизнес-процессов коммерческого банка: операционных, управленческих и так далее.

Ко второму направлению можно отнести внедрение цифровых технологий в целях трансформации используемой бизнес-модели или модели управления банковской группой на принципах интеграции и системности.

К третьему направлению можно отнести внедрение цифровых технологий в целях развития взаимодействия с клиентами для реализации принципов омниканальности, индивидуального подхода, персонализации.

В Аналитической справке об индикаторах финансовой доступности за 2022 год, подготовленной Банком России, отмечается, что продолжается рост безналичных платежей и доступности финансовых услуг через дистанционные каналы. Доля безналичных платежей за товары (работы, услуги) увеличилась до 78,1%. Банк России вместе с крупными кредитными организациями работает над сохранением банковского обслуживания в отдаленных регионах, в том числе активно развивая облегченные форматы оказания гражданам необходимых финансовых услуг. В 2022 году продолжилось развитие финансовых платформ, что расширило возможности финансовых организаций, особенно региональных, по дистанционному предоставлению гражданам банковских продуктов и услуг [91].

Дистанционное банковское обслуживание в России развивается в ускоренном режиме, особенно это показательно на примере усовершенствования систем мобильного банкинга и интернет-банкинга, использование которых значительно упростило процесс обслуживания клиентов банков. С каждым годом банки стремятся улучшить и упростить свои приложения для мобильных телефонов, тем самым привлекая к себе все новых и новых клиентов. Система дистанционного банковского обслуживания имеет все необходимые информационные и технические ресурсы глобальной сети Интернет для дальнейшего развития и процветания в мире и в России в частности [56].

Современное дистанционное банковское обслуживание предлагает практически полный спектр финансовых услуг, который постоянно модернизируют и дополняют различным функционалом. Если в начале своего появления интернет-банкинг предлагал узкий перечень финансовых услуг, то на современном этапе развития банковские платформы могут предложить интеграцию с различными сервисами [77].

В настоящее время трудно представить современный банк без наличия собственной системы дистанционного обслуживания (интернет-банкинг,

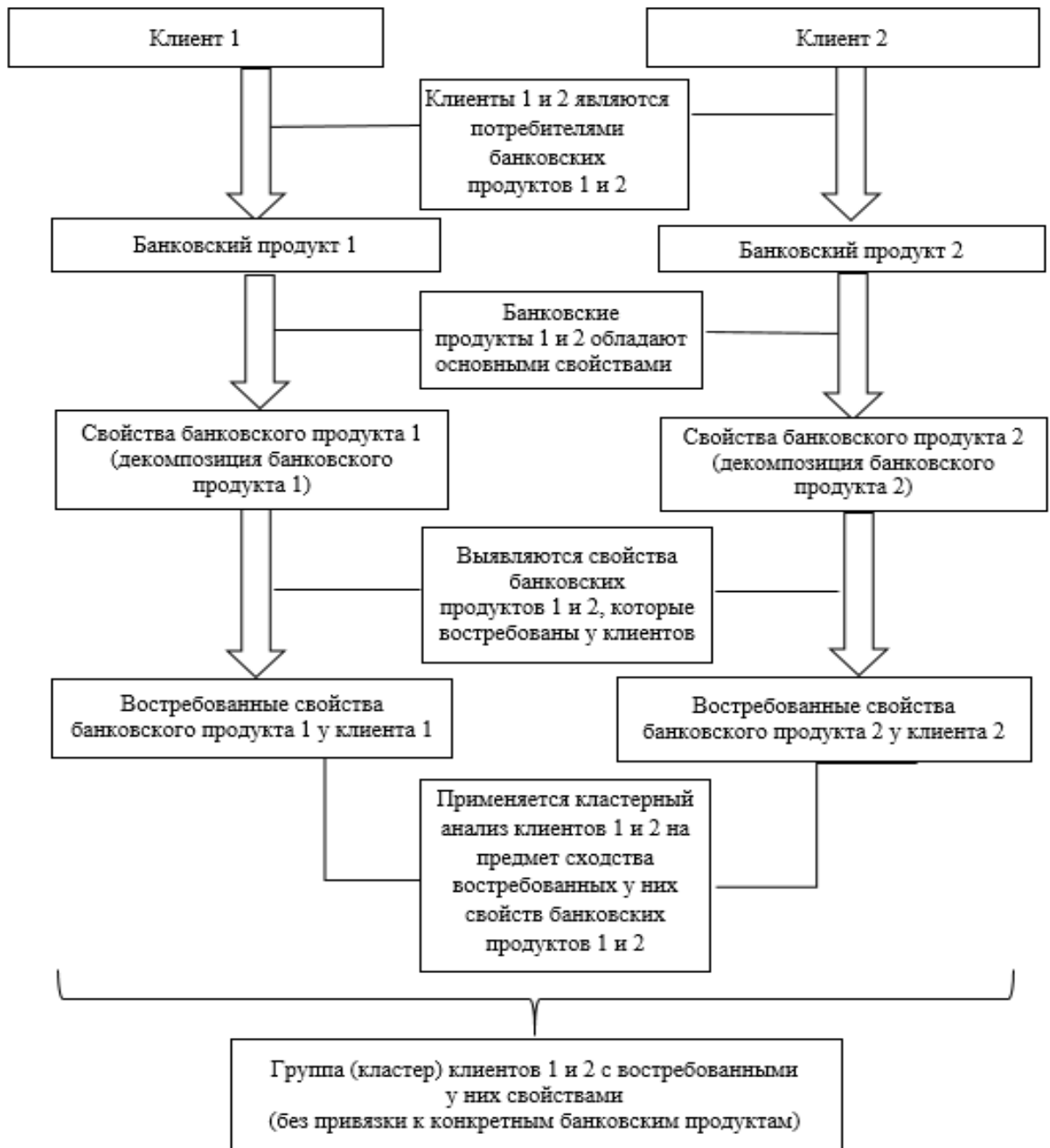
мобильный банкинг), предлагаемого клиентам [77]. У каждого банка помимо системы интернет-банка существует кол-центр, благодаря которому клиенты могут решить ряд вопросов, возникающих при удаленном обслуживании. «Кардинально меняется и модель поведения самих потребителей, расширяется ландшафт платежных решений для бизнеса, растет популярность QR-кодов и решений для мобильного эквайринга» [106].

В современном бизнесе понимание поведения клиентов играет важную роль при разработке стратегии управления клиентской базой. Принимая во внимание экспоненциальный рост ежедневно появляющейся информации и увеличение объемов баз данных, обработка которых становится невозможной человеческими ресурсами, на первом этапе построения клиентоцентричного подхода к модернизации банковских продуктов в условиях цифровой экономики предложено применить метод машинного обучения, а именно кластерный анализ знаний об объектах, направленный на построение групп (кластеров) однородных объектов со схожими свойствами в выборке разнородного набора данных – метод К-средних (далее – K-means) [67]. Этот метод разбивает набор данных на количество кластеров, оптимизируя распределение точек данных по кластерам так, чтобы минимизировать сумму квадратов расстояний от каждой точки данных до центра своего кластера [67]. Такой подход позволит не только узнать группы клиентов, но и принять обоснованные бизнес-решения на базе полученных кластеров, что является ключевым элементом в современной стратегии управления клиентской базой [67]. В анализе данных часто прибегают к кластеризации, чтобы получить ценную информацию из данных, наблюдая, в какие группы попадают точки при применении алгоритма кластеризации [67]. «Алгоритм кластеризации является мощным методом Data Mining, целью которого является поиск скрытых знаний в имеющемся наборе данных» [119].

Апробация клиентоцентричного подхода к модернизации банковских

продуктов в условиях цифровой экономики включает три этапа.

Первый этап – построение механизма формирования кластеров клиентов с востребованными у них свойствами банковских продуктов в целях выявления у целевых групп клиентов наиболее востребованных свойств банковских продуктов с помощью кластерного анализа, как это показано на рисунке 28.



Источник: составлено автором.

Рисунок 28 – Механизм формирования кластеров клиентов с востребованными у них свойствами банковских продуктов

Сделан вывод, что сформированные группы (кластеры) клиентов с востребованными у них свойствами банковских продуктов позволят в последующем создавать гибкие банковские продукты-конструкторы под индивидуальные потребности клиентов в целях реализации клиентоцентричного подхода к модернизации банковских продуктов.

Алгоритм кластеризации клиентов с помощью метода К-средних и отбора кластеров приведен в приложении В.

Предложенный механизм формирования кластеров клиента с общими свойствами банковских продуктов позволяет выявить предпочтения целевых групп клиентов для применения клиентоцентричного подхода при работе с ними, для создания новых маркетинговых инициатив, увеличения клиентской базы и повышения доступности банковских продуктов.

Опираясь на методические рекомендации Банка России о разработке паспортов финансовых продуктов, содержащих в краткой форме ключевую информацию об основных свойствах продукта, предложено использовать данные паспорта продуктов на этапе определения свойств банковских продуктов при проведении кластерного анализа клиентов, что позволит добиться унифицированного подхода [67].

Банк России во взаимодействии с Ассоциацией банков России, Ассоциацией российских банков и Национальным советом финансового рынка разработал формы ключевых информационных документов ряда банковских продуктов – так называемых Паспортов продуктов [17].

На рисунке 29 представлено приложение 1 к Информационному письму Банка России № ИН-06-59/130 в адрес кредитных организаций о паспортизации финансовых продуктов, содержащее пример разработанной формы Паспорта продукта «Накопительный счет» [17].

Разработка шаблонизированных стандартизированных Паспортов продукта позволит в прозрачной и доступной форме доводить до потребителей банка основную информацию о банковском продукте для принятия им правильного и обоснованного решения при выборе подходящего для него продукта.

Паспорт продукта «Накопительный счет»

Место для
логотипа КО

Продукт «Накопительный счет»

В документе представлено краткое изложение ключевой информации, которая относится к стандартным условиям данного продукта. Информация, указанная в документе, не является рекламой и носит исключительно справочный характер.

Кредитная организация: *сокращенное фирменное наименование КО* (ИНН: __, ОГРН: __)
Контактная информация: адрес регистрации: *[юридический адрес КО]*, контактный телефон: [8 800 000 00 00], официальный сайт: *[ссылка на сайт КО]*

Не является договором, частью договора, офертой и не порождает взаимные права и обязанности у сторон. Перед заключением договора необходимо внимательно ознакомиться с условиями договора, которые отражены в следующих документах: (перечисление документов/ссылка на их размещение, если документ в электронном виде).

ЧТО ТАКОЕ НАКОПИТЕЛЬНЫЙ СЧЕТ?

Сберегательный пополняемый счет с начислением процентов

ОСНОВНЫЕ УСЛОВИЯ

Сумма

Валюта счета

Срок (если применимо)

Возможность дистанционного обслуживания

ПРОЦЕНТЫ ПО СЧЕТУ

Минимальная гарантированная процентная ставка (минимальная сумма процентов, которые будут выплачены клиенту за год на минимально возможную сумму для размещения без учета дополнительных условий)

Максимально возможная процентная ставка

Дополнительные условия, влияющие на процентную ставку (если применимо)

Порядок начисления и получения процентов

ОПЕРАЦИИ ПО СЧЕТУ

Возможность пополнения

Возможность снятия денежных средств

ПОРЯДОК ЗАКРЫТИЯ СЧЕТА

РАСХОДЫ ПОТРЕБИТЕЛЯ

СТРАХОВАНИЕ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ, РАЗМЕЩЕННЫХ НА
НАКОПИТЕЛЬНОМ СЧЕТЕ

Денежные средства застрахованы в пределах 1,4 млн рублей (либо в пределах эквивалентной суммы в иностранной валюте на день наступления страхового случая) по всем счетам в банке

Способы направления обращений в Банк

Источник: [17].

Рисунок 29 – Пример разработанной формы Паспорта продукта «Накопительный счет»

В связи с этим Банк России рекомендует кредитным организациям применять и актуализировать Паспорта продуктов, разработанные на основании предложенных им форм, доводить до сведения потребителей информацию об условиях продукта посредством их размещения в местах оказания услуг и на официальных сайтах, применения иных способов информирования потребителей, а также при заключении с клиентом соответствующего договора [17].

С учетом того, что Банк России наделен функцией постоянного надзора над деятельностью кредитных организаций и соблюдением ими действующих законодательных актов, а также полномочиями удалять с рынка недобросовестных участников, то Паспорт продукта необходимо сделать обязательным и обеспечить контроль над соблюдением рекомендаций на постоянной основе.

Таким образом, внедрение Паспортов банковских продуктов в деятельность коммерческих банков необходимо для обозначения обязанности банков перед своими клиентами в отношении достоверности предоставляемой информации и защиты их прав как потребителей в целях противодействия практике недобросовестных продаж, что, к сожалению, происходит с доверчивым населением в реалиях современного общества [67].

В связи с изложенным, можно сформулировать две основные задачи, которые способен решить такой инструмент, как Паспорт продукта:

а) первая задача (внутренняя задача банка) – это подбор свойств продукта и их значений, которые будут использованы при проведении кластерного анализа для выявления предпочтений клиентов банка;

б) вторая задача (открытая для потребителей, социальная задача) – это обеспечение прозрачности для потребителей при выборе ими банковских продуктов и повышение финансовой грамотности в стране.

С учетом социальной значимости такого инструмента, как Паспорт продукта, предлагается урегулировать его разработку на законодательном уровне, обязав кредитные организации на постоянной основе разрабатывать

и актуализировать Паспорта продуктов, и наделить Банк России полномочиями надзорной деятельности за соблюдением кредитными организациями всех требований, предписанных законодательным актом о Паспорте продуктов.

Кроме того, предлагается Банку России проводить регулярные опросы населения в отношении удобства, прозрачности, информативности разработанных Паспортов продуктов и предоставить возможность в случае необходимости оставить на сайте Банка России жалобу на недобросовестных участников рынка и на ущемление их прав как потребителей банковских продуктов и услуг.

Цифровая экономика стала важной составляющей общественно-политического устройства мира. Необходимо системное и последовательное развитие собственного цифрового пространства и технологий.

Английские экономисты Р. Бухт и Р. Хикс определяют подлинную «цифровую экономику» как «часть экономического производства, которая обеспечивается исключительно или преимущественно цифровыми технологиями с бизнес-моделью, основанной на цифровых продуктах или услугах», состоит из цифрового сектора в сумме с новыми цифровыми и платформенными услугами [109].

Однако, как правило, на пути модернизации любого процесса или изменений действительности всегда найдутся противники и консерваторы, которые будут всегда недовольны, будут критиковать возникающие новые мотивы их устоявшейся жизни. Переход к цифровой модели экономики не является исключением и не может не вызывать спора в различных кругах общества. В первую очередь, это связано с тем, что не понятна сама терминология. Во-вторых, не сразу появляется регулирование новых терминов на законодательном уровне или на уровне мегарегулятора. Поэтому первой реакцией на любую неизвестную модернизацию является отрицание и ожидание обмана как со стороны государства, так и со стороны коммерческих банков и Банка России.

Ключевыми требованиями для всех финансовых организаций становятся четкое определение целевых потребительских групп и обеспечение соответствия свойств продуктов характеристикам и интересам потребителей, адекватная оценка потребительских рисков, качественное и полное информирование потребителей о свойствах и рисках продуктов, а также эффективная система мониторинга, позволяющая своевременно выявлять связанные с банковским продуктом проблемы и вносить необходимые коррективы [101].

Поэтому проблемы реализации потребителями банк банковских продуктов, не отвечающих их интересам и опыту, в полной мере актуальны и для российского финансового рынка.

Эта инициатива поможет защитить граждан и их интересы, более того, эту практику можно будет тиражировать на управление модернизированным продуктом, тем самым повышая доверие населения к финансовым структурам.

Стимулирование внедрения новых банковских технологий и продуктов в российских банках происходит за счет конкуренции на банковском рынке и персонализированного подхода к обслуживанию клиентов.

Многие финансовые учреждения вкладывают значительные суммы в финтех-стартапы, и это явление не ограничивается только банками, также активно инвестируют крупные корпорации. Сегодня финансовая отрасль уделяет большее внимание технологическим инновациям, чем когда-либо прежде.

Появление финтех-стартапов в банковской индустрии приводит к переходу к более ориентированному на клиента подходу. Продукты финтеха способны обеспечить расширенную интеграцию с консолидированными цифровыми решениями, которые могут удовлетворить различные потребности, при этом уменьшая транзакционные издержки, «ручные» процессы. Стимулирование развития инноваций в банковском секторе должно исходить не только от домохозяйств и организаций, но и от государства путем устранения барьеров, препятствующих успешной цифровизации [71].

Таким образом, резюмируя основные положения данного параграфа, следует отметить, что предложенный механизм формирования кластеров клиентов, предъявляющих спрос на банковские продукты, обладающие общими свойствами, позволит выявлять наиболее востребованные потребительские свойства продуктов в разных целевых клиентских кластерах и определять целесообразность их последующей модернизации. Кроме того, внедрение Паспорта продуктов как обязательного элемента в банках позволят решить следующие общественные задачи [67]:

1) Стандартизировать предоставление коммерческими банками информации о ключевых характеристиках и основных условиях банковских продуктов в краткой, доступной и сравнимой форме.

2) Унифицировать метод подбора банковских продуктов для конкретного клиента с учетом его индивидуальных особенностей, качеств и целевых потребностей.

3) Повысить финансовую грамотность населения.

4) Обеспечить осведомленность потребителей банковских услуг о ключевых характеристиках банковских продуктов и возможных рисках предлагаемых им банковских продуктов для принятия обоснованного решения.

5) Сократить временные ресурсы сотрудников коммерческих банков при работе с клиентами с учетом стандартного алгоритма подбора подходящих банковских продуктов для клиента на основе использования кластеров клиентов.

6) Повысить доверие клиентов к банковской деятельности, расширить клиентуру и за счет этого увеличить прибыль кредитной организации.

7) Обеспечить противодействие предоставлению недостоверной информации, недобросовестным практикам сотрудников коммерческих банков, преднамеренному искажению или утаиванию ими информации о ключевых особенностях банковских продуктов и о сопутствующих рисках с учетом автоматизированной базы данных кластеров банковских продуктов

и строгого алгоритма действий сотрудников банка.

Далее представляется целесообразным рассмотрение применения второго этапа апробации клиентоцентричного подхода к модернизации банковских продуктов в условиях цифровой экономики – расчета индекса модернизации банковского продукта в рамках клиентских кластеров с учетом взвешенных значений каждого свойства банковского продукта, который позволит оценить целесообразность проведения модернизации банковского продукта [67]. Данные положения будут рассмотрены в параграфе 3.2 настоящей работы.

3.2 Методические подходы к формированию и расчету индекса модернизации банковского продукта в целях совершенствования банковских продуктов

На втором этапе апробации клиентоцентричного подхода предлагается рассчитать индекс модернизации банковского продукта на основе полученных количественных данных в результате кластеризации клиентов.

Индекс (от латинского *index* – указатель, список) – «экономический и статистический показатель, характеризующий в относительном виде изменение экономических величин, параметров экономических и социальных процессов во времени, за определенный период. Индексы могут быть индивидуальные (частные), групповые и общие (агрегатные). Групповые и общие индексы чаще всего представляют собой некоторую взвешенную среднюю из индивидуальных индексов» [43].

Под индексом модернизации банковского продукта предлагается понимать количественный показатель, который позволит оценить целесообразность проведения модернизации банковского продукта в условиях цифровой экономики. Если банковский продукт перестал быть востребованным на рынке у клиентов, то его модернизация сможет помочь снова заинтересовать потребителя на рынке [67].

Индекс модернизации банковского продукта может стать одним из прикладных инструментов для коммерческих банков в принятии решений при выборе стратегии своего цифрового развития, определения актуальности или неактуальности модернизации банковских продуктов [67].

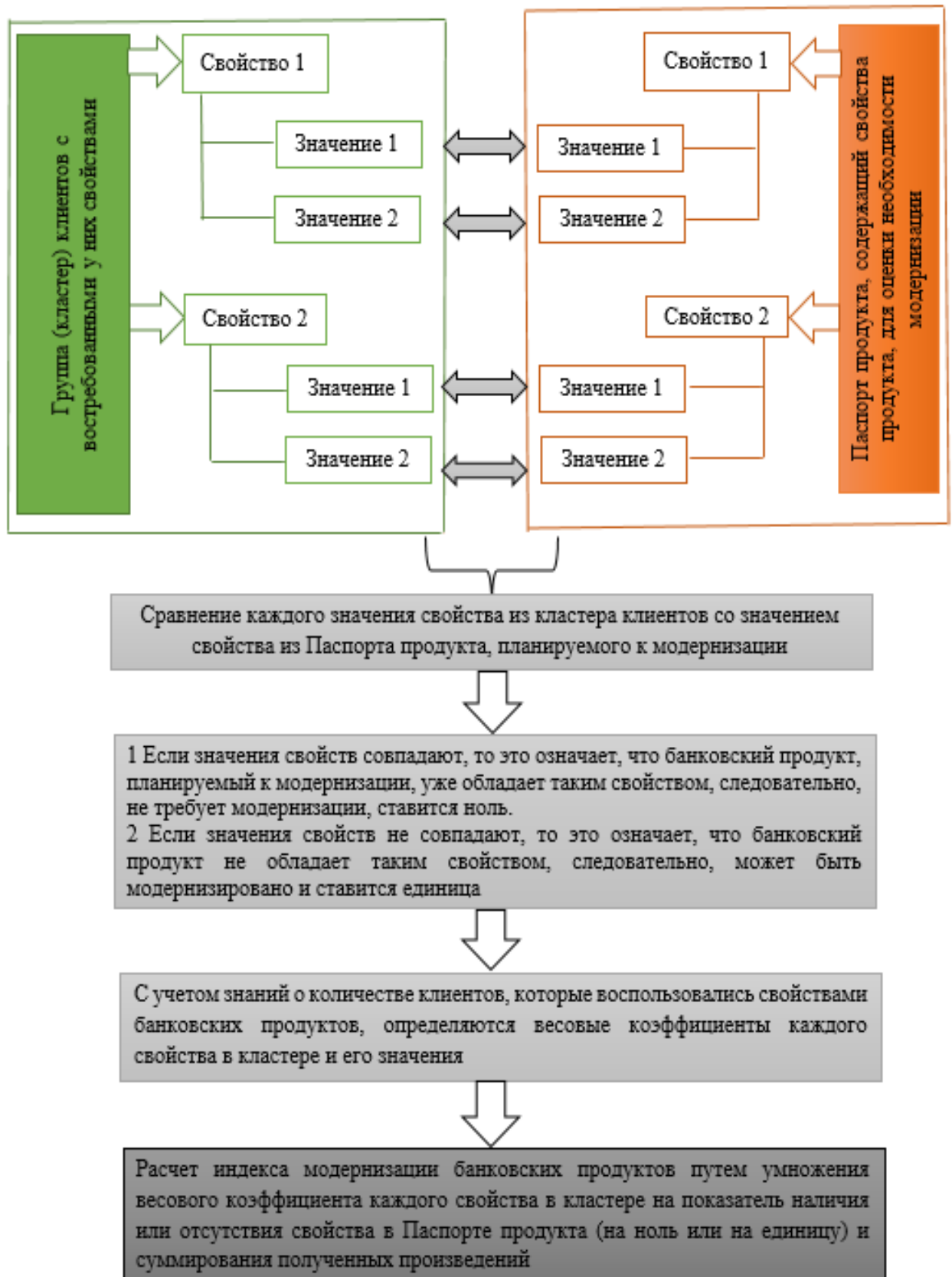
По результатам кластерного анализа получены следующие количественные показатели:

- 1) Количество групп (кластеров) клиентов с востребованными у них свойствами банковских продуктов.
- 2) Количество свойств банковских продуктов внутри каждого кластера.
- 3) Количество клиентов, которые воспользовались теми или иными свойствами банковских продуктов, что дает возможность количественно оценить значимость каждого свойства внутри кластера и, соответственно, определить взвешенные значения каждого свойства в кластере исходя из количества клиентов.

Необходимо отметить, что построение кластеров клиентов, поиск востребованных для клиентов свойств банковских продуктов, применение индекса модернизации банковского продукта направлены на выявление и удовлетворение, в первую очередь, предпочтений клиента, формирование доверительной атмосферы между банком и клиентом, выстраивание уважительных отношений с ними для того, чтобы приносить пользу как клиенту, так банку и стране в целом [67].

На рисунке 30 представлены методические подходы к формированию и расчету индекса модернизации банковского продукта.

Внутри каждого кластера имеется набор свойств банковских продуктов и их значения, которые предпочитают клиенты данного кластера. Далее необходимо проверить банковский продукт на наличие у него данного свойства и его значение [67].



Источник: составлено автором.

Рисунок 30 – Методические подходы к формированию и расчету индекса модернизации банковского продукта

Установим показатель соответствия или несоответствия банковского продукта и добавим столбец «Показатель соответствия банковского продукта (P)». Показатель соответствия или несоответствия банковского продукта ситуации на рынке может принимать значение только ноль или единица:

- значение «Единица (1)» устанавливается в случае, если банковский продукт обладает таким свойством;
- значение «Ноль (0)» устанавливается, если банковский продукт не обладает таким свойством.

Далее каждое свойство взвешивается в соответствии со следующими правилами: значение весов обусловлено количеством клиентов в кластере, у которых востребовано данное свойство, таким образом определяется значимость свойства внутри кластера у клиентов.

В таблице 13 приведен пример апробации расчета индекса модернизации банковского продукта «Аккредитив» в практической деятельности Общества с ограниченной ответственностью «ФАКТОРинг ПРО» для свойства банковского продукта «Возможность дистанционного сервиса». В кластере 30 клиентов.

Таблица 13 – Пример апробации расчета индекса модернизации банковского продукта «Аккредитив» для свойства банковского продукта «Возможность дистанционного сервиса»

Количество свойств	Значения свойства	Количество клиентов в кластере, у которых востребовано данное свойство	Вес (V_i), в процентах	Показатель соответствия банковского продукта «Аккредитив» (P_i)
1	Возможность дистанционного сервиса со значением «Да»	22	73,3	1
	Возможность дистанционного сервиса со значением «Нет»	8	26,7	0

Источник: составлено автором.

Расчет индекса модернизации банковского продукта, обозначенный как INDEX_IT_PRODUCT, производится по формуле (7)

$$\text{INDEX_IT_PRODUCT} = \sum_{i=1}^n V_i \times P_i, \quad (7)$$

где V_i – весовой коэффициент i -го критерия;

P_i – показатель соответствия банковского продукта i -му критерию.

Таким образом, индекс модернизации банковского продукта «Аккредитив» $\text{INDEX_IT_PRODUCT}_1$ равен 73,3.

Модернизация банковского продукта призвана помочь банку удовлетворить новые потребности участников рынка и возобновить востребованность банковского продукта. Индекс модернизации банковского продукта можно использовать как инструмент управления модернизацией банковских продуктов для принятия решений о дальнейших действиях.

Цифровые технологии в банковской сфере открывают много возможностей. К вопросам цифровой трансформации и ее влияния на деятельность банков в первую очередь относятся:

- изменение в потреблении финансовых услуг;
- совершение транзакций между потребителями через онлайн-платформы, веб-сайты или приложения;
- использование новых цифровых технологий в сборе, хранении и управлении данными.

На третьем этапе апробации клиентоцентричного подхода к модернизации банковских продуктов в условиях цифровой экономики на основе результатов практического применения индекса модернизации банковского продукта происходит проведение качественного анализа менеджментом банка целесообразности или нецелесообразности проведения модернизации банковского продукта «Аккредитив» и включения в Паспорт продукта свойства «Возможность дистанционного сервиса».

Проводится сравнительный анализ функционирования банковского продукта «Аккредитив» без применения цифровых технологий и с применением цифровых технологий с выявлением их основных характеристик, который позволит определить преимущества и недостатки каждой из моделей на примере реализации ООО «Интеллектуальные

информационные системы» пилотного проекта запуска банковского продукта «Аккредитив» в пределах России.

Основные направления применения аккредитива:

- покупка или продажа недвижимости, в том числе в ипотеку;
- покупка или продажа дорогого имущества;
- обмен квартирами с участием в так называемых «альтернативных сделках» – в цепочке договоров купли-продажи;
- оплата дорогостоящих услуг как физических, так и юридических лиц.

Для создания аккредитива от клиента требуется предоставление определенного пакета документов: паспорта; договора купли-продажи, договора долевого участия, договора цессии, договора оказания услуг и так далее; заявления. Данные документы предоставляются сотруднику банка для последующего оформления аккредитива.

Для оказания услуги в дистанционной форме необходимо организовать получение данных документов дистанционным способом, то есть банку следует организовать как сбор документов для открытия аккредитива, так и его учет в автоматизированной банковской системе (далее – АБС).

Из вышеизложенного для оценки работы как традиционным способом через сотрудника, так и цифровым способом, формируются следующие бизнес-требования (далее – БТ):

1) Дистанционное открытие аккредитива. Для оформления банковского продукта не нужно приходить в офис, все можно сделать удаленно с использованием каналов дистанционного банковского обслуживания (далее – ДБО).

2) Удаленное отслеживание статуса аккредитива

3) Информирование о событиях аккредитива.

Функциональные возможности: регистрация и ведение существенных условий аккредитива, когда банк выступает в качестве банка-эмитента и (или) исполняющего банка; проверка корректности заполнения реквизитов

аккредитива; изменение условий аккредитива; копирование аккредитива; открытие счетов аккредитива; настройка маршрутов обработки аккредитива в соответствии с учетной политикой банка (определение набора состояний и переходов; определение перечня бухгалтерских проводок, формируемых на каждом этапе обработки; использование типовых маршрутов для разных бизнес-процессов; фиксация истории состояний); формирование и обработка платежных документов в соответствии с условиями обслуживания данного типа аккредитива на каждом этапе обработки (выставление аккредитива; изменение условий аккредитива; оплата или частичная оплата аккредитива; получение возмещения или гашение задолженности; отзыв или частичный отзыв аккредитива; закрытие аккредитива); откат последнего этапа обработки с возможностью формирования и обработки соответствующих платежных документов; формирование печатной формы аккредитива; удаление аккредитива; ведение комиссий за обслуживание аккредитива (задание тарифного плана банка, действующего по аккредитиву, и индивидуальных тарифов по аккредитиву; автоматическое создание комиссий и графиков платежей в соответствии с действующим тарифным планом и индивидуальными тарифами аккредитива; автоматический пересчет графиков платежей по комиссиям; создание комиссий и графиков платежей в ручном режиме; исполнение платежей по комиссиям с автоматическим формированием и обработкой соответствующих платежных документов и финансовых распоряжений; осуществление авансовых платежей по комиссиям и дальнейшее признание доходов с автоматическим формированием и обработкой соответствующих платежных документов и финансовых распоряжений; групповая обработка аккредитивов); интеграция с другими информационными системами.

Для сотрудника отделения:

- диалоговое окно по работе с аккредитивом: создание, изменение, закрытие и так далее;
- форма для загрузки предоставленных клиентом документов;
- формирование необходимых печатных форм.

Для цифровой модели работы:

- доработка дистанционного банковского обслуживания (далее – ДБО) банка для целей дистанционного открытия аккредитива;
- загрузка документов в ДБО банка;
- информирование о событиях аккредитива.

Со стороны IT-подразделения банка необходимо провести работы по выделению прав для ответственных сотрудников, реализации экранных форм для сотрудников согласно предоставленным правам и дальнейшее тестирование. Данная работа оценивается выполнением силами трех человек на протяжении пяти рабочих дней, что составит по затратам 135 000 рублей ($3 \times 5 \times [270\,000/30]$) без учета налогов. Налоги составят 67 033,94 рублей.

Для цифровой модели со стороны компании разработчика ДБО было получено коммерческое предложение по доработке, которое включало в себя создание экранных форм по данной услуге и интеграцию с АБС банка.

Стоимость доработки оценивается в размере 1 500 000,00 рублей, которая состоит из Лицензии – 800 000,00 рублей и работ – 700 000,00 рублей, в том числе налог на добавленную стоимость (далее – НДС) 116 666,67 рублей. Стоимость сопровождения составит 160 000,00 рублей со второго года владения лицензией. Для целей приема доработки необходимо провести тестирование и обновление версии ДБО. Данные операции выполняются одним сотрудником на протяжении двух рабочих дней, что составит по затратам 18 000 рублей ($1 \times 2 \times [270\,000/30]$) без учета налогов. Налоги составят 8 938,38 рублей.

В таблице 14 представлены статьи расходов на внедрение банковского продукта «Аккредитив» с учетом использования цифровых технологий и без цифровых технологий.

Из таблицы 14 видно, что первоначальные и ежегодные затраты на внедрение продукта выше с использованием цифровых технологий: 2 526 938,38 руб. против 1 202 033,94 руб. и 410 000,00 руб. против 250 000,00 руб. соответственно.

Таблица 14 – Расходы на внедрение банковского продукта «Аккредитив»

Наименование статьи расходов	Без цифровых технологий, руб.	С цифровыми технологиями, руб.
Основные	1 000 000,00	1 000 000,00
Сотрудники	135 000,00	18 000,00
Доработки ДБО	0,00	1 383 333,33
Налоги	67 033-94	125 605,05
Поддержка в год	250 000-00	160 000,00
Итого первоначальные затраты	1 202 033,94	2 526 938,38
Итого ежегодные	250 000,00	410 000,00

Источник: составлено автором.

В таблице 15 показана выручка с учетом количества точек оказания услуги, которое ограничивается количеством отделений и временем их работы и загрузки, а также с учетом времени, затрачиваемого сотрудником на проведение операции, что резко сокращает выручку от услуги.

Таблица 15 – Потенциальная максимальная выручка

Наименование	Без цифровых технологий	С цифровыми технологиями
Количество отделений, штук	30	30
Количество клиентов, штук	300	650
Тариф по услуге, рублей	2000,00	2000,00
Время работы отделений	22 дня в месяц	24/7/365
Потенциальная максимальная выручка, рублей	158 400 000,00	474 500 000,00

Источник: составлено автором.

Таким образом, из таблицы 15 видно, что потенциальная максимальная выручка больше в случае использования цифровых технологий – 474 500 000 руб. против 158 400 000,00 руб. без цифровых технологий.

В таблице 16 систематизированы этапы и общий срок обработки прохождения аккредитива.

Таблица 16 – Этапы и общий срок проведения аккредитива

Этап	Без цифровых технологий	С цифровыми технологиями
1 Подача заявления на аккредитив	Бумажный оригинал (1 день)	Онлайн – 1 день
2 Выпуск аккредитива эмитентом и передача его в подтверждающий банк	В рамках системы	В рамках системы
3 Передача аккредитива от подтверждающего банка продавцу	На бумаге 1-3 дня	Онлайн – 1 день
4 Представление документов в подтверждающий банк	Пересылка бумажных оригиналов – 2 дня	Онлайн – 1 день
5 Пересылка документов в банк-эмитент	2-3 дня	Онлайн – 1 день
6 Передача документов покупателю	2-3 дня	Онлайн – 1 день
7 Запрос статуса сделки одним из участников	Телефон, e-mail, 15 мин – 1 день	Информация доступна онлайн
Средний срок	13-15 дней	5-6 дней

Источник: составлено автором.

Как видно из таблицы 16, появление аккредитива при цифровой реализации позволит сократить процесс проведения с 13-15 рабочих дней до пяти-шести. Также снизится цена ошибки при оформлении документа: если раньше в случае неправильного заполнения документов клиент получал отказ, и ему приходилось весь цикл начинать сначала, то при цифровой реализации корректность заполнения может быть проверена в режиме онлайн. Нужно учитывать, что до 20% издержек по этому типу операций приходится на бумажный документооборот.

К основным характерным чертам цифрового банка относятся следующие: банк работает в любое время и в любом месте; исключаются бумажные процедуры; есть возможность доступа и выполнения всех традиционных банковских операций в режиме 24/7 без необходимости посещать физические отделения.

Учитывая вышерассмотренные показатели в рамках пилотного проекта внедрения на рынок банковского продукта «Аккредитив» с использованием цифровых технологий, менеджментом организации принято решение модернизировать банковский продукт «Аккредитив» и внести изменения

в Паспорт продукта, включив в него свойства «Возможность дистанционного сервиса».

Таким образом, индекс модернизации банковского продукта может стать одним из прикладных инструментов для коммерческих банков в принятии решений при выборе стратегии цифрового развития и реинжиниринга своей деятельности, определении целесообразности модернизации банковских продуктов [67].

Резюмируя основные положения настоящего параграфа, следует отметить, что внедрение разработанных методических подходов к формированию и расчету индекса модернизации банковского продукта позволит менеджменту банка оценить целесообразность или нецелесообразность проведения модернизации банковского продукта и стать тем самым универсальным и недостающим звеном оценки не только текущего состояния коммерческого банка, но и определения вектора его дальнейшего развития в условиях цифровой экономики.

Далее представим к рассмотрению предложения по совершенствованию модернизации технологии разработки банковских продуктов в условиях цифровой экономики в Российской Федерации.

3.3 Рекомендации по проведению модернизации банковских продуктов в условиях цифровой экономики в Российской Федерации

В современном мире использование финансовых продуктов с применением цифровых инноваций становится все более распространенным и востребованным.

Matias Ossandon Busch в своих публикациях на темы расширения финансовых программ инклюзивности и увеличения роли региональной банковской сети отмечает, что банковская инфраструктура играет одну из ключевых ролей при привлечении новых клиентов, поэтому он считает, что необходимо повышать территориальную близость банковских продуктов

и услуг, а это значит, что необходимо развивать региональную банковскую сеть. На основе опыта стран «Группы 20» Matias Ossandon Busch полагает целесообразным реализовать следующие действия [112]:

1) Упростить и унифицировать сберегательные и платежные услуги для групп населения с низкими доходами [112]. Например, некоторые страны – Бразилия, Мексика, Южно-Африканская Республика – ввели так называемые базовые счета для обеспечения упрощенного доступа к сберегательным и платежным услугам [112]. Для открытия такого счета клиенту необходимо пройти процедуру упрощенной идентификации, при этом за обслуживание базового счета плата не взимается [112]. Для минимизации рисков финансовых институтов для базовых счетов обычно установлена максимальная сумма, которую можно иметь на счете [112].

2) Развивать корреспондентский банкинг и банковские услуги в регионах [112]. Такие страны, как Бразилия и Мексика, показали, что если разрешить небольшим магазинам выступать в роли банковских корреспондентов, то таким образом можно способствовать расширению финансовой доступности [112].

3) Внедрять пропорциональное регулирование. Финансовые услуги должны регулироваться в зависимости от того, какой риск они представляют для финансовой системы страны в целом. «Группе 20» рекомендуется ввести систему мониторинга внедрения пропорции [112].

Нарушение прав потребителей, особенно влекущее причинение ущерба, снижает их доверие не только к конкретным финансовым организациям, но и к финансовому рынку в целом, что, как следствие, порождает риски для финансовой стабильности.

Негативное воздействие может усиливаться в условиях развития дистанционных каналов реализации финансовых продуктов, а также появления новых сложных финансовых продуктов при недостаточной финансовой грамотности населения.

Вместе с тем интенсивное развитие цифровых технологий сопряжено с рядом рисков, поэтому в фокусе внимания Банка России находятся вопросы защиты прав и персональных данных потребителей сервисов. Банк России придерживается риск-ориентированного подхода к внедрению и использованию цифровых технологий на российском финансовом рынке, чтобы обеспечить баланс между развитием технологии и управлением связанными с ней рисками [106].

Банк России видит значительный потенциал по внедрению современных инноваций и технологий участниками российского банковского рынка и оказывает поддержку и содействие этому процессу, при этом уделяет внимание оценке возможных рисков и иных побочных последствий от внедрения новых технологий, соблюдению баланса интересов всех участников платежного рынка, а также защите прав потребителей банковских продуктов и услуг [106].

А.С. Линников и О.В. Масленников выделяют следующие технологические риски, представляющие угрозу для элементов финансовой системы: «кибератаки»; «риски мошенничества в сфере информационных технологий»; «риски ошибок в программном обеспечении»; «риск нарушения функционирования сложных информационных систем»; «риски государственного регулирования финансовых инноваций»; «риск увеличения масштабов теневой экономики за счет роста экономической активности и состояния защищенности в киберпространстве»; «стратегические риски, связанные с быстрым развитием информационных технологий и изменением условий ведения финансового бизнеса»; «риск сокращения занятости в результате автоматизации бизнес-процессов»; «риск формирования альтернативных децентрализованных валютных систем»; «риск сокращения доступности заемных средств и повышения стоимости страховых услуг в результате использования финансовыми организациями технологий больших данных» [72].

На сегодняшний день значение модернизации банковских продуктов

на основе внедрения цифровых продуктов для банковского сектора имеет следующее выражение [95]:

- обеспечение формирования условий для активного развития клиентского сервиса в целях увеличения качества и популярности использования традиционных банковских продуктов в условиях цифровых технологий;

- оперативное внедрение в практику использования цифровых технологий может дать конкретному коммерческому банку конкурентное преимущество перед другими банками, работающими в данном сегменте рынка;

- появление новых банковских продуктов в связи с использованием цифровых технологий расширяет портфель банковских продуктов, что ведет к снижению и распределению коммерческих рисков, увеличивает объемы продаж и чистой прибыли;

- инновационные цифровые решения ведут к оптимизации операционных расходов банковского сектора за счет снижения численности персонала и расходов на оплату труда, отсутствию необходимости уплачивать арендную плату за помещения, необходимые для личного обслуживания клиентов, и так далее;

- цифровые решения дают возможность получить более детальную персонализации вкусовых предпочтений клиентов в целях формирования индивидуального кредитного предложения.

Таким образом, коммерческим банкам необходимо создавать среду постоянного обновления, вовлекая в этот процесс все имеющиеся у них компоненты – продукты, цифровой контент, пространство, лаборатории, идеи, управление, систему, мотивацию, кадровый состав, вовлеченность, модернизацию [66]. И, конечно, нельзя забывать, что вся банковская деятельность должна сопровождаться этическими: поведением и расходованием ресурсов, модернизацией банковских продуктов в условиях цифровой экономики.

В связи с вышесказанным и по аналогии с введенным английским социологом Р. Мертоном в работе «Нормативная структура науки» (1942 г.) описанием этоса (от греческого *ethos* – характер, нрав) науки, понимаемого им как ценности и нормы, которые передаются от поколения к поколению и являются догмой для человека [38], предлагается ввести аналогичный термин для экономических отношений – «этос экономики».

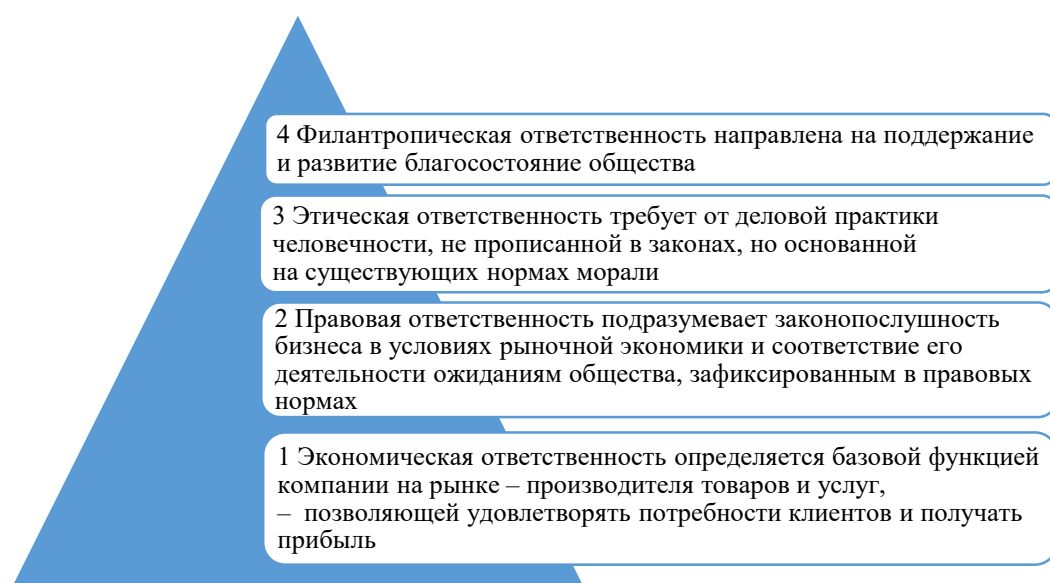
По мнению социолога Р. Мертона, нормы науки базируются на четырех основных императивах: универсализм, подразумевающий независимость научного вклада от национальности и личных качеств ученого; коллективизм; бескорыстность; организованный скептицизм [38].

Этос экономики означает «этичную, нравственную» экономику, которой должны следовать граждане, государство, бизнес и общество. Развитие банковской системы в целом и банковских продуктов в частности должно осуществляться в соответствии со следующими императивами: ценность банковского продукта должна определяться независимо от пола, возраста, взглядов его создателя; доступность банковского продукта не должна быть подвержена каким-либо ограничениям; каждый созданный и (или) модифицированный продукт должен проходить проверку на прочность – выгодность продукта для клиента в качественном и ценовом ракурсе, – при этом справедливая экономика должна стать основой для принятия решений для всех субъектов экономической деятельности как от бизнеса, так и от государства [30].

Американский экономист Г. Боуэн в своей книге 1953 года «Социальная ответственность бизнесмена» приходит к выводу, что суть корпоративной социальной ответственности состоит в «реализации политики, принятии решений либо следовании такой линии поведения, которые желательны с позиций целей и ценностей общества», то есть выступая на стороне общества, а не за прибыльность учреждения любой ценой [108].

Внедрение инноваций можно соотнести с Пирамидой социальной

ответственности А. Керолла, ступеньки которой характерны и для цифровизации, что изображено на рисунке 31.



Источник: составлено автором по материалам [44].

Рисунок 31 – Пирамида социальной ответственности при внедрении инноваций

Таким образом, грамотная, нравственная, учитывающая потребность граждан модернизация банковских продуктов в условиях цифровой экономики неминуемо будет служить ключом к успеху банковской деятельности, ее всестороннего развития и постоянного внимания к портфелю своих банковских продуктов со стороны новых клиентов и потребителей.

Нельзя не отметить, что банковский сектор представляет собой фундамент экономики любого государства. В России банковский сектор демонстрирует высокий уровень конкуренции. В связи с этим прослеживается устойчивая тенденция к слиянию или поглощению небольших банков более крупными кредитными учреждениями.

По мере внедрения новых технологий банки существенно преобразуются: переходят от работы с денежными знаками к электронным деньгам, от финансового посредничества – к финансовому обслуживанию.

За последние 50 лет, с появлением компактных вычислительных устройств, новых технологий и прочее, произошли кардинальные перемены во всей финансовой системе. Появились многие банковские и финансовые продукты, позволяющие моментально получать доступ не только к стандартным операциям, но и другим сервисам, на которые ранее уходило довольно много времени.

На фоне цифровой трансформации в банках, разработчики решений для финансового сектора стали трансформироваться и переходить от вендорской модели к консалтинговой. Если раньше задача вендора заключалась в том, чтобы предложить финансовому сектору продукт, который был бы во много раз дешевле, чем собственная разработка, что вполне удавалось сделать, то в последнее время ситуация изменилась: данный сегмент стал очень инновационным, и зрелых готовых решений, отвечающих потребностям цифровой трансформации, на рынке пока нет.

С ростом финансовой грамотности разные государства мира активно продвигают безналичные деньги с целью сокращения, во-первых, теневой экономики, во-вторых – преступных схем как бизнеса, так и движения денег.

Многие страны Европы в последнее время устанавливают жесткий лимит или иные ограничения на оплату наличными. Например, в Дании и Норвегии при совершении расчетов наличными, превышающих определенную сумму, покупатель несет солидарную ответственность с продавцом за неуплату последним НДС и акцизов. Покупатель освобождается от солидарной ответственности при условии подачи декларации о совершенной покупке в налоговую администрацию только в случае, если безналичный платеж провести невозможно.

Таким образом, безналичные формы оплаты, набирая популярность во всем мире, порождают и ряд проблем, касающихся защиты как средств на счетах своих клиентов, так и при проведении различных безналичных финансовых операций. Действующие общеизвестные методы, которыми

русские банки защищают безналичные денежные средства своих клиентов от различных финансовых махинаций и мошеннических схем, приведены в таблице 17.

Таблица 17 – Действующие методы защиты для безналичных денежных средств

Средство защиты	Описание	Эффективность
Оповещение клиентов по видам мошеннических операций	Банки мониторят и уведомляют своих клиентов о видах мошеннических операций и по возможности поясняют, что не следует делать, чтобы не понести финансовые потери по собственной неосторожности	Эффективно
Кодовое слово	При оформлении карты или счета банки просят придумать кодовое слово для обращения в банк посредством удаленного доступа	Не эффективно
Использование специализированного интернет-банкинга и доступ к кол-центру банка 24 часа в сутки	Доступ к своим денежным средствам и различным видам финансовых операций, а также возможность получить моментальную консультацию по телефону 24 часа в сутки семь дней в неделю. В случае утери карты ее можно моментально заблокировать	Эффективно
Введение пин-кода при совершении крупной оплаты или использовании банкомата	При оплате или использовании банкомата необходимо ввести четырехзначный код, который известен только клиенту	Эффективно
Установление лимитов	Банк предлагает установить индивидуальный лимит на дневное движение денег	Эффективно
Биометрические данные	Для того чтобы воспользоваться финансовыми услугами, некоторые банки предлагают авторизоваться посредством биометрических данных: отпечатка пальца, сканирования сетчатки	Эффективно

Источник: составлено автором по материалам [77].

Рассмотреть и оценить рынок русских банковских технологий, исходя из количества пользователей, следует с точки зрения современных действующих продуктов и услуг, которые динамично развиваются последние 10-15 лет.

Также для правильной оценки русского рынка необходимо понимать, что современный тренд направления технологических инноваций

в банковской деятельности задается не только крупнейшими игроками данного сектора (ТОП-10 банков России: Сбербанк, ВТБ, Альфа-Банк и другие), но и так называемыми необанками и IT-компаниями.

Именно развитие цифровых технологий является одним из трендов развития банковских технологий и моделей бизнеса. Данное отношение может наглядно продемонстрировать, как цифровые технологии влияют на тот или иной показатель доходной части коммерческого банка.

Одной из ключевых оценок работы кол-центра является показатель FCR (First Call Resolution – коэффициент решения проблемы (или вопроса клиента) при первом обращении) [77].

Современное банковское обслуживание имеет в своем арсенале различные системы платежей: бесконтактный способ оплаты картой или телефоном, контактный способ оплаты картой и другие.

Для проведения безналичного способа оплаты необходимо, чтобы в точке приема платежа было установлено специальное техническое устройство – POS-терминал, mPOS-терминал, POS-система.

Если говорить о том, какие шаги предпринимает главный регулятор – Банк России – для повышения технологического и информационного развития страны, то тут необходимо выделить следующее: Банком России создано специальное направление «Финтех», которое проводит форумы по развитию и внедрению инновационных технологий, публикует материалы по развитию и внедрению новых технологий не только в своей деятельности, но и прежде всего во всем финансовом секторе России.

В соответствии с проектом «Основных направлений цифровизации финансового рынка на период 2022 – 2024 годов» (далее – Основные направления 2022-2024 годов) ключевые направления в области применения цифровых технологий в банковском секторе РФ: развитие регулирования; реализация инфраструктурных проектов; RegTech, SupTech; экспериментальные правовые режимы; информационная безопасность [97]:

- регулятивная «песочница» – это механизм для пилотирования, моделирования процессов новых финансовых сервисов и технологий в изолированной среде, требующих изменения правового регулирования [97];

- «дорожная карта» в сфере RegTech (технологии, используемые для упрощения выполнения финансовыми организациями требований регулятора) и SupTech (технологии, используемые регуляторами для повышения эффективности контроля и надзора за деятельностью участников финансового рынка) [97];

- удаленная идентификация – механизм, позволяющий физическим лицам получать финансовые услуги дистанционно в разных банках, подтвердив свою личность с помощью биометрических персональных данных (изображение лица и голос) [97];

- система быстрых платежей (СБП) – важнейший инфраструктурный проект национального значения, направленный на содействие конкуренции, повышение качества платежных услуг, расширение финансовой доступности, снижение стоимости платежей для населения [97];

- система «Маркетплейс» – новый электронный канал реализации финансовых продуктов, базирующийся на принципах надежности и удобства для клиентов, работающий в режиме 24/7. Данная система будет функционировать по принципу «plug&play» и объединять в одном информационном пространстве поставщиков и потребителей финансовых услуг. Также платформа будет предоставлять участникам ряд сервисов, повышающих скорость и эффективность совершения финансовых транзакций. В ближайшее время планируется принятие необходимых законодательных изменений, а также промышленный запуск трех платформ – по вкладам, облигациям и паям ПИФ – в рамках проекта «Маркетплейс» [77];

- разрабатываются программы и основные направления развития финансовых технологий [97].

Банк России и Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации запустили экспериментальный сервис,

позволяющий клиентам через личные кабинеты Единого портала госуслуг удаленно представлять свои данные в кредитные и страховые учреждения и получать услуги и сервисы в цифровом формате без личного присутствия в офисе. Сервис реализуется в рамках программы по запуску цифрового профиля граждан согласно постановлению Правительства Российской Федерации от 03.06.2019 № 710 «О проведении эксперимента по повышению качества и связанности данных, содержащихся в государственных информационных ресурсах» [11; 63].

Доступность цифровых технологий для клиентов в Российской Федерации можно оценить как среднюю. Это связано, в первую очередь, с тем, что не все регионы Российской Федерации имеют высокую техническую оснащенность. Большинство современных банковских технологий и продуктов, предлагаемых клиентам, требуют доступ в сеть Интернет. Также низкая финансовая грамотность населения в сфере банковских продуктов, услуг и технологий не позволяет раскрыть их полный функционал и потенциал. Повышая финансовую грамотность, население сможет активнее использовать финансовые продукты.

Уровень надежности систем современных российских банковских технологий можно оценить выше среднего, так как в некоторых случаях киберпреступникам получается найти брешь в технологиях и завладеть финансовыми данными.

Уровень технологического развития банковского сектора России по сравнению с банками зарубежных стран можно оценить как высокий. Современные российские банки в техническом плане не сильно отстают от зарубежных.

По результатам оценки российского рынка современных банковских технологий выявлен ряд проблем:

а) низкая скорость выполнения операции при использовании банковских продуктов и услуг;

- б) низкий уровень роботизации офисов и кол-центров;
- в) неполное покрытие территории Российской Федерации высокоскоростным интернетом.

Таким образом, развитие технологического банковского сектора приводит к тому, что появляются новые игроки на рынке, предлагающие воспользоваться продуктами и услугами в совершенно ином формате. Примером этого служат необанки.

По результатам оценки российского рынка современных банковских технологий можно сказать, что он находится на довольно хорошем уровне, дальнейшее движение по внедрению и предложению новых технических решений выведет банковский сектор России на более высокий и конкурентоспособный уровень.

Однако существует ряд проблем, которые затягивают процесс внедрения технологий. Например, есть большой потенциал улучшения клиентского опыта за счет роботизации. Выполняя классификацию обращения на основе произвольных реплик, робот избавляет клиента от долгих блужданий по многочисленным веткам IVR-меню.

Кроме того, мероприятия по обеспечению безопасности информационной инфраструктуры, включая ее целостность, доступность и устойчивое функционирование, с использованием отечественных информационных технологий и отечественной продукции должны иметь комплексную основу. Стратегической целью обеспечения информационной безопасности в области науки, технологий и образования является поддержка инновационного и ускоренного развития системы обеспечения информационной безопасности, отрасли информационных технологий и электронной промышленности [10].

В «Стратегии развития Сбербанка на период 2020-2025 годов» виден упор на инновации: одним из приоритетов является «технологический прорыв», который предусматривает завершение технологической модернизации

и интеграцию современных технологий и инноваций. В рамках повышения эффективности капиталовложений и обеспечения перехода к единым информационным стандартам, банк продолжит консолидацию центров обработки данных и внедрение современных технологий, таких как облачные вычисления и виртуализация [56].

В наше время банковский сектор вынужден постоянно адаптироваться к новым технологиям и внедрять их в свою работу. Существует несколько видов инноваций, которые применяются в банковской сфере: продуктовые, технологические, рыночные, маркетинговые и управленческие инновации.

Цифровые технологии значительно повысили ценность инноваций и потребность в охране интеллектуальной собственности, необходимы сильные права интеллектуальной собственности, особенно патентная защита, чтобы предотвратить имитацию и обеспечить желаемые стимулы для инноваций [109].

В настоящее время актуальной становится проблема роли интеллектуальных прав в рамках внедрения цифровых технологий. Интеллектуальная собственность – это ключевой актив и практически неисчерпаемый ресурс, который является источником развития инноваций и катализатором роста национальной экономики, а цифровые технологии – это результат интеллектуальной деятельности человека. Государство, в том числе в лице Федеральной службы по интеллектуальной собственности, играет особую роль в регулировании отношений, возникающих в сфере интеллектуальной собственности [64].

В соответствии с Постановлением Правительства Российской Федерации от 21.03.2012 № 218 «О Федеральной службе по интеллектуальной собственности» Федеральная служба по интеллектуальной собственности (Роспатент) – это федеральный орган исполнительной власти, наделенный функциями по правовой защите интересов государства в процессе экономического и гражданско-правового оборота результатов научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ

военного, специального и двойного назначения, контролю и надзору в сфере правовой охраны и использования результатов интеллектуальной деятельности гражданского, военного, специального и двойного назначения [12].

Рынок интеллектуальной собственности активно развивается в России, становится масштабным, прозрачным и приобретает новый уровень доверия общества. Развитие законодательного регулирования результатов интеллектуальной деятельности в условиях цифровой экономики является одним из приоритетных направлений реализации комплекса федеральных национальных проектов. Развитие института интеллектуальной собственности особенно в свете вызовов современной эпохи требует объединения усилий многих ведомств и разных уровней власти. Интеллектуальный подход является одним из основных критериев конкурентного преимущества и движущей силой социально-экономического развития государства, а креативность становится важнейшим стимулом роста национальной экономики [64].

Рост ВВП и индекса глобальной конкурентоспособности национальной экономики напрямую зависит от применения населением результатов интеллектуальной деятельности, размера их стоимостного выражения и скорости использования [54].

В соответствии с Национальным стандартом Российской Федерации ГОСТ Р 56261-2014 «Инновационный менеджмент. Инновации» инновация определяется как конечный результат инновационной деятельности в виде нового или усовершенствованного продукта, реализуемого на рынке, или нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности [18; 62].

Инновационное развитие в банковском секторе является одним из важнейших шагов к успеху экономики страны. Инновации являются неотъемлемой частью жизни современного человека и общества. В условиях четвертой технологической революции развитие экономики страны

определяется, в первую очередь, поддержкой инноваций, радикальными изменениями во всех отраслях, глобальной цифровой трансформацией, внедрением современных технологий и скоростью их проникновения в жизнедеятельность страны [120].

В соответствии со Стратегией инновационного развития Российской Федерации одним из главных приоритетов экономического развития страны и повышения благосостояния населения является переход отечественной экономики на инновационную социально-ориентированную модель развития [14], что, в свою очередь, ставит, на наш взгляд, на повестку дня необходимость реализации следующих ключевых целей инновационной деятельности в российском финансовом секторе [120]:

1) Развитие конкуренции на финансовом рынке как одного из важнейших драйверов повышения эффективности рынка, который стимулирует его институты к модернизации бизнес-моделей, разработке инновационных идей, комплексному удовлетворению потребностей клиентов.

2) Повышение уровня доступности и качества банковских продуктов и услуг, в том числе на удаленных труднодоступных территориях и для групп населения с ограниченными возможностями (с инвалидностью, пожилых и других маломобильных граждан).

3) Снижение риска информационной безопасности (киберриска) при использовании инновационных технологий, продуктов и услуг.

4) Создание конкурентоспособной финансовой инфраструктуры за счет применения цифровых технологий.

5) Оптимизация издержек у участников финансового рынка.

В соответствии с целями можно определить следующие основные задачи и направления инновационной деятельности [120]:

1) Создание со стороны государства и Банка России правовых механизмов и конструкций, позволяющих эффективно и оперативно внедрять инновационные технологии на финансовом рынке.

2) Развитие цифровых технологий на финансовом рынке для стимулирования появления инновационных продуктов и сервисов для конечных потребителей.

3) Снижение бюрократических «барьеров» в рамках взаимодействия государства и бизнеса в инновационной сфере. Создание гибкой системы государственно-частного партнерства в области разработки и внедрения инноваций.

4) Создание государственных регулятивных платформ, позволяющих осуществлять апробацию инновационных финансовых технологий, продуктов и услуг.

5) Обеспечение безопасности и устойчивости при внедрении инноваций: создание систем и алгоритмов, позволяющих своевременно прогнозировать, выявлять, реагировать и предотвращать риски инновационного процесса (правовые, информационные, социальные и другие).

6) Развитие высокопрофессиональных кадров, способных работать в условиях внедрения инноваций и новых технологий на финансовом рынке, обладающих широким набором компетенций и готовых осуществлять управление изменениями.

Инновации имеют важное значение при решении таких социально-экономических вопросов, как экономический рост и занятость, экологические аспекты и социальные нормы. Инновации могут участвовать в помощи пожилому поколению сохранять дееспособность, социальную активность и так далее [62].

Однако помимо разработки инноваций банкам необходимо развивать внутреннюю культуру для улучшения самого процесса обслуживания физических лиц, тем самым поднимая качество предоставляемых услуг.

На основе результатов анализа практического применения индекса модернизации банковского продукта разработаны рекомендации

по модернизации банковских продуктов в условиях цифровой экономики в Российской Федерации, а именно представляется целесообразным:

- дополнить статью первую Федерального закона от 2 декабря 1990 года № 395-1 «О банках и банковской деятельности» определением понятия «банковский продукт» для унификации и однозначного толкования этого понятия государством, населением и бизнесом;

- внести изменения в содержание паспортов продуктов, указанных в разъяснениях Банка России о паспортизации финансовых продуктов от 11.09.2020 № ИН-06-59/130, в части отражения в них наиболее востребованных потребительных свойств продуктов для разных целевых клиентских групп по результатам практического применения индекса модернизации банковских продуктов, и включать паспорта продукта в состав договора об оказании услуг с целью предоставления полной информации об основных свойствах банковских продуктов для исключения предоставления недостоверной информации и мисселинга. Это позволит повысить доверие клиентов к банковскому сектору, расширить клиентуру и за счет этого увеличить прибыль кредитной организации;

- проводить на регулярной основе на территории России исследования среди населения и бизнеса об их удовлетворенности предоставляемыми в регионе продуктами и услугами, а также опросы с акцентом на адаптацию каналов обслуживания, в том числе онлайн, к потребностям людей с инвалидностью, пожилых и иных маломобильных групп населения, учитывая, что использование дистанционных сервисов для некоторых категорий потребителей требует адаптации и доверия. Кроме того, такие меры позволят оценить реальную ситуацию на рынке, помогут коммерческим банкам своевременно реагировать на запросы и потребности клиентов, выработать превентивные мероприятия для управления их реакцией и улучшения банковского обслуживания. Скорость реагирования банка на запросы

клиентов может повысить эффективность и конкурентоспособность банка [68].

Выводы

Представлена апробация клиентоцентричного подхода к модернизации банковских продуктов в условиях цифровой экономики, который включает следующие этапы [67]:

1) Применение механизма формирования групп (кластеров) клиентов, предъявляющих спрос на банковские продукты, практическое внедрение которого позволит выявлять наиболее востребованные потребительские свойства продуктов в разных целевых клиентских группах (кластерах).

2) Расчет индекса модернизации банковского продукта в рамках клиентских кластеров с учетом взвешенных значений каждого свойства банковского продукта, который позволит оценить целесообразность проведения модернизации банковского продукта.

3) На основе результатов практического применения индекса модернизации банковского продукта проведение последующего качественного анализа менеджментом банка целесообразности проведения модернизации банковского продукта.

Заключение

В современных реалиях крупные и развитые игроки рынка находятся в постоянном поиске новых идей и стратегий для улучшения предоставляемого клиентского сервиса, построения собственных экосистем, способствующих формированию длительных и перспективных взаимоотношений банка и клиента, привлечения большего количества потребителей своих продуктов, тем самым получая новые источники дохода. В целях комплексного формирования цифрового финансового пространства не обойтись без симбиоза консолидированных действий всех его участников.

Эволюция банковской системы повлекла за собой всеобщее распространение безналичных платежей, что кардинально изменило подход к банковским операциям. Поскольку коммерческие банки стремятся получить конкурентное преимущество на рынке для привлечения новых клиентов и расширения линейки своих банковских продуктов и услуг, они находятся в постоянном поиске передовых идей, в том числе и в области цифровых решений [61].

Дистанционное управление счетами с помощью мобильных приложений, безналичные платежи, доступ в Интернет и электронная коммерция приобрели в последнее время большую популярность и сделали дистанционное банковское обслуживание незаменимой составляющей современного рынка финансовых услуг [61].

Модернизация банковских продуктов в условиях цифровой экономики выступает в качестве способа повышения финансовой доступности и одной из ключевых причин масштабных изменений индустрии финансовых продуктов, произошедших за последние 10 лет [60].

Результаты проведенного исследования состоят в следующем.

В исследовании раскрыты теоретические и практические подходы к модернизации банковских продуктов.

В ходе исследования систематизированы и расширены теоретические положения о модернизации банковских продуктов в условиях цифровой экономики, даны предложения по совершенствованию понятийного аппарата, проведено содержательное и целевое сопоставление понятий «банковский продукт» и «банковская услуга» [68].

Конкретизировано, что банковский продукт и банковская услуга являются тесно взаимосвязанными, но не идентичными понятиями, каждому из которых присущи свои характерные особенности, содержание и специфика. Разграничение понятий «банковский продукт» и «банковская услуга» произведено на основе специфических критериев: субъектный состав, характер взаимодействия банка и клиента, граница и глубина внутреннего содержания и процессного управления [68].

Исходя из того, что модернизация банковских продуктов представляет собой сложный многоступенчатый процесс, включающий взаимосвязь многих компонентов, выделены основные направления модернизации банковских продуктов и их параметров в условиях цифровой экономики; модернизации каналов продаж и взаимодействия с клиентами; модернизации бизнес-процессов разработки, тестирования и запуска на рынок новых банковских продуктов, а также норм регулирования и надзора за транспарентностью предоставления банковских продуктов.

На основе проведенного анализа выявлены значимые факторы, обуславливающие потребность в модернизации банковских продуктов в условиях цифровой экономики [68]:

- внешние факторы, на которые банк не может повлиять,
- внутринациональные и внешнеполитические;
- внутренние факторы, на которые банк оказывает непосредственное влияние – IT-политика, HR-политика, закупочная функция.

Отличительной особенностью проведенного исследования является впервые сформулированный ключевой фактор клиентоцентричного

подхода к совершенствованию банковских продуктов – это запросы и потребности клиентов, внедрение которого в повседневную хозяйственную деятельность кредитной организации и включения его в повестку стратегического цифрового развития позволит обеспечить своевременное реагирование на потребности клиентов, предопределение и предсказание клиентских запросов, тем самым гарантировав конкурентное преимущество на рынке.

Проанализированы показатели национальной платежной системы для оценки финансовой доступности в разрезе региональной специфики, проблемы внедрения банковских продуктов в цифровом формате и предложен методический аппарат оценки взаимосвязи внедрения цифровых технологий и реализации банковских продуктов на основании применения эконометрического метода наименьших квадратов в линейной регрессии.

Апробация клиентоцентричного подхода к модернизации банковских продуктов в условиях цифровой экономики включает три этапа. На первом этапе в рамках клиентоцентричного подхода предложен механизм кластеризации клиентов банка, предъявляющих спрос на банковские продукты, которые обладают общими свойствами, для выявления наиболее востребованных потребительских свойств продуктов в разных целевых клиентских группах. Введение подобного механизма в научный оборот исследуемой предметной области позволит принципиально изменить порядок принятия решений менеджментом банка в отношении внедрения цифровых технологий и стратегии цифрового развития, а также повысит понимание банков о целесообразности или отсутствии целесообразности модернизации банковских продуктов в условиях цифровой экономики.

На втором этапе в качестве прикладного инструмента разработаны методические подходы формирования индекса модернизации банковского продукта, расчет которого может преобразовать и в корне изменить первоначальное решение менеджмента банка в отношении целесообразности

или отсутствии целесообразности проведения модернизации банковского продукта, принятое на основе статистических данных без учета истинных потребностей и предпочтений клиента. Предложенный индекс цифровой модернизации банковских продуктов может стать одним из помощников практического характера для коммерческих банков в принятии решений при выборе стратегии своего цифрового развития [67].

На третьем этапе на примере реализации ООО «Интеллектуальные информационные системы» пилотного проекта запуска банковского продукта «Аккредитив» в пределах России проведен качественный анализ целесообразности или нецелесообразности модернизации банковского продукта «Аккредитив» и включения в Паспорт продукта свойства «Возможность дистанционного сервиса» на основе сравнения функционирования банковского продукта «Аккредитив» без применения цифровых технологий и с применением цифровых технологий.

Кроме того, во избежание вероятности возникновения проблем внедрения банковских продуктов в цифровом формате дополнен комплекс рекомендаций, направленный на повышение доверия клиентов к банковскому сектору, расширению клиентуры, повышения уровня доступности банковских продуктов для всех категорий населения, а также подготовлены предложения по усилению нормативно-правовой базы Банка России.

Проведенное исследование расширяет и дополняет научный методический аппарат рассматриваемой предметной области с учетом потребительского спроса на банковские продукты и предотвращения недобросовестных практик.

Список литературы

Нормативные правовые акты

1. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть вторая : федеральный закон : [принят Государственной Думой 22 декабря 1995 года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_9027/?ysclid=m5jtf2aq1z256059558 (дата обращения: 13.03.2022).
2. Российская Федерация. Законы. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть первая : федеральный закон : [принят Государственной Думой 16 июля 1998 года ; одобрен Советом Федерации 17 июля 1998 года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/?ysclid=m5jvda2hrz152842340 (дата обращения: 20.03.2022).
3. Российская Федерация. Законы. О банках и банковской деятельности : Федеральный закон от 02.12.1990 № 395-1. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5842/?ysclid=m5jx12hhuu394423639 (дата обращения: 12.01.2021).
4. Российская Федерация. Законы. О запрете отдельным категориям лиц открывать и иметь счета (вклады), хранить наличные денежные средства и ценности в иностранных банках, расположенных за пределами территории Российской Федерации, владеть и (или) пользоваться иностранными финансовыми инструментами : федеральный закон : [принят Государственной Думой 24 апреля 2013 года ; одобрен Советом Федерации 27 апреля 2013 года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_145998/?ysclid=m5jxo606bn873984169 (дата обращения: 22.04.2021).

5. Российская Федерация. Законы. О международных компаниях и международных фондах : федеральный закон : [принят Государственной Думой 26 июля 2018 года ; одобрен Советом Федерации 28 июля 2018 года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_304052/?ysclid=m5jxjva9yk291599415 (дата обращения: 12.01.2021).

6. Российская Федерация. Законы. О противодействии неправомерному использованию инсайдерской информации и манипулированию рынком и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации : федеральный закон : [принят Государственной Думой 02 июля 2010 года ; одобрен Советом Федерации 14 июля 2010 года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_103037/?ysclid=m5jww7ow18505981466 (дата обращения: 20.03.2022).

7. Российская Федерация. Законы. О рынке ценных бумаг : федеральный закон : [принят Государственной Думой 20 марта 1996 года ; одобрен Советом Федерации 11 апреля 1996 года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10148/?ysclid=m5jxtiyhmk712463847 (дата обращения: 22.04.2021).

8. Российская Федерация. Законы. О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации : федеральный закон : [принят Государственной Думой 22 июля 2020 года ; одобрен Советом Федерации 24 июля 2020 года]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_358753/?ysclid=m5jxxitkzu405926206 (дата обращения: 22.04.2021).

9. О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы [Указ Президента Российской Федерации от 09.05.2017 № 203]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_216363/?ysclid=m5jwoq98bl961901778 (дата обращения: 08.02.2021).

10. Об утверждении Доктрины информационной безопасности Российской Федерации [Указ Президента Российской Федерации от 05.12.2016 № 646]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_208191/?ysclid=m5jwla1us8545475686 (дата обращения: 08.02.2021).

11. О проведении эксперимента по повышению качества и связанности данных, содержащихся в государственных информационных ресурсах [Постановление Правительства Российской Федерации от 03.06.2019 № 710]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_326407/?ysclid=m5jvx08rrj240894162 (дата обращения: 10.01.2023).

12. О Федеральной службе по интеллектуальной собственности [Постановление Правительства Российской Федерации от 21.03.2012 № 218]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_127617/?ysclid=m5jvtti9x697059874 (дата обращения: 10.01.2023).

13. Об утверждении программы «Цифровая экономика Российской Федерации» [Распоряжение Правительства Российской Федерации от 28.07.2017 № 1632-р ; утратил силу с 12.02.2019]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_221756/f62ee45faefd8e2a11d6d88941ac66824f848bc2/?ysclid=m5jwhbns1z941376870 (дата обращения: 08.02.2021).

14. Об утверждении Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года [Распоряжение Правительства Российской Федерации от 08.12.2011 № 2227-р]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_123444/f62ee45faefd8e2a11d6d88941ac66824f848bc2/?ysclid=m5jw3qwx2u277538899 (дата обращения: 10.01.2023).

15. О порядке открытия банками (их филиалами) мобильных офисов, порядке внесения сведений о них в Книгу государственной регистрации кредитных организаций, а также о перечне банковских операций, которые вправе осуществлять мобильный офис [Указание Банка России от 21 сентября 2022 года № 6242-У]. – Справочно-правовая система «Консультант Плюс». – Текст : электронный. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_444007/?ysclid=m5jws31m2k981681118 (дата обращения: 16.10.2022).

16. Методические рекомендации Банка России по управлению финансовым продуктом от 27.12.2023 № 19-МР // Вестник Банка России. – 2023. – № 78 (2474). – С. 27-43. – ISSN отсутствует.

17. О паспортизации финансовых продуктов [Информационное письмо Банка России от 11.09.2020 № ИН-06-59/130]. – Банк России. – Текст : электронный. – URL: https://cbr.ru/statichtml/file/59420/20200911_in_06-59-130.pdf (дата обращения: 07.02.2022).

Стандарты

18. ГОСТ Р 56261-2014 «Национальный Стандарт Российской Федерации. Инновационный менеджмент. Инновации. Основные положения» (дата введения 2016-01-01). – Консорциум Кодекс. Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. – Текст : электронный. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200118633?ysclid=m5jz1vyss9416444121> (дата обращения: 17.02.2021).

Книги

19. Балабанов, И.Т. Банки и банковское дело : учебное пособие / И.Т. Балабанов, О.В. Гончарук, Н.А. Савинская [и др.] ; под редакцией И.Т. Балабанова. – Москва : Санкт-Петербург : Нижний Новгород : Питер, 2005. – 256 с. – ISBN 5-272-00227-X.

20. Бимман, А.Б. История банков : Историческое развитие банков в России и за границей с древнейших времен до наших дней / А.Б. Бимман ; под редакцией М. Птуха. – Санкт-Петербург : Круг самообразования, 1914. – 116 с. – ISBN отсутствует.

21. Большая советская энциклопедия ; главный редактор А.М. Прохоров : в 30 томах. Том 27. – Москва : Советская энциклопедия, 1977. – 622 с. – ISBN отсутствует.

22. Борисов, А.Б. Большой экономический словарь. – Москва : Книжный мир, 2001. – 895 с. – ISBN 5-8041-0049-1.

23. Васильев, А.М. Правовые категории : Методологические аспекты разработки системы категорий теории права / А.М. Васильев. – Москва : Юридическая литература, 1976. – 264 с. – ISBN отсутствует.

24. Викулин, А.Ю. Финансово-экономический словарь законодательно определенных терминов / А.Ю. Викулин, Ш.Ш. Узденов. – Москва : Дело, 2002. – 198 с. – ISBN 5-7749-0246-3.

25. Гегель, Г.В.Ф. Наука логики / Г.В.Ф. Гегель : в 3 томах. Том 2. – Москва : Мысль, 1971. – 248 с. – ISBN отсутствует.

26. Гордеева, Е.В. Словарь экономических терминов : учебное пособие / Е.В. Гордеева. – Пермь : ПОНИЦАА. – 106 с. – ISBN 978-5-98244-049-5.

27. Даль, В.И. Толковый словарь живого великорусского языка / В.И. Даль ; совмещенная редакция изданий В.И. Даля и И.А. Бодуэна де Куртенэ. – Москва : Олма-Пресс : Красный пролетарий, 2004. – 700 с. – ISBN 5-224-04281-X.

28. Задунов, В.С. Словарь экономических терминов : учебное пособие / В.С. Задунов. – Красноярск : Красноярская государственная архитектурно-строительная академия, 2005. – 110 с. – ISBN 5-89628-134-X.

29. Зачесова, Г.М. Экономический словарь : основные термины и понятия при изучении курса «Экономическая теория» : учебное пособие / Г.М. Зачесова. – Санкт-Петербург : Петербургский государственный университет путей сообщения, 2010. – 32 с. – ISBN отсутствует.

30. Зиновьева, Е.А. Этапы развития банковских продуктов в условиях мирохозяйственной глобализации / Н.Э. Соколинская, Е.А. Зиновьева // Финансовая система: цифровой вызов : монография / А.Е. Абрамов, Е.Н. Алифанова, Е.Р. Безсмертная [и др.] ; под редакцией К.В. Криничанского, О.И. Лаврушина, Б.Б. Рубцова. – Москва : КноРус, 2022. – С. 83-92. – 1000 экз. – ISBN 978-5-406-09750-2.

31. Зиновьева, Е.А. Цифровые траектории экономики и финансов в XXI веке / Е.А. Зиновьева // Методы оценки готовности банков к цифровизации и цифровой зрелости» : монография ; под редакцией К.В. Криничанского, Б.Б. Рубцова. – Москва : КНОРУС, 2023. – С. 121-134. – 1000 экз. – ISBN 978-5-406-11585-5.

32. Кайманаков, С.В. Словарь экономических терминов по курсу «Экономика для менеджеров» / С.В. Кайманаков. – Москва : МАКС Пресс, 2022. – 50 с. – ISBN 978-5-317-06846-2.

33. Краткий словарь экономических терминов ; под редакцией Р.Г. Маниловского. – Москва : Финансы и статистика, 1994. – 159 с. – ISBN 5-279-01222-X.

34. Лаврушин, О.И. Банковский менеджмент : учебник / О.И. Лаврушин, Н.И. Валенцева, И.В. Ларионова [и др.] ; под редакцией О.И. Лаврушина. – Москва : КноРус, 2022. – 503 с. – ISBN 978-5-406-10036-3.

35. Лаврушин, О.И. Банковское дело : учебник / О.И. Лаврушин, Н.Е. Бровкина, Н.И. Валенцева [и др.] ; под редакцией О.И. Лаврушина. – Москва : КноРус, 2023. – 630 с. – ISBN 978-5-406-10408-8.

36. Лаврушин, О.И. Современные банковские продукты и услуги : учебник / О.И. Лаврушин, Н.Е. Бровкина, И.И. Васильев [и др.] ; под редакцией О.И. Лаврушина. – Москва : КноРус, 2021. – 301 с. – ISBN 978-5-406-03309-8.

37. Марамыгин, М.С. Банковское дело и банковские операции : учебник / М.С. Марамыгин, Е.Г. Шатковская, М.П. Логинов [и др.] ; под редакцией М.С. Марамыгина, Е.Г. Шатковской. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2021. – 567 с. – ISBN 978-5-7996-3104-8.

38. Мертон, Р. Социальная теория и социальная структура / Р. Мертон. – Москва : Аст : Хранитель, 2006. – 873 с. – ISBN 5-17-029089-6.
39. Нив, Г.Р. Пространство доктора Деминга: Принципы построения устойчивого бизнеса / Г.Р. Нив. – Москва : Альпина Бизнес Букс, 2005. – ISBN 5-9614-0238-X.
40. Новая философская энциклопедия ; научно-редакционный совет: В.С. Степин, А.А. Гусейнов, Г.Ю. Семигин, А.П. Огурцов : в 4 томах. Том 2. Е – М. – Москва : Мысль, 2010. – ISBN 978-2-244-01117-3.
41. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка : 80000 слов и фразеологических выражений / С.И. Ожегов и Н.Ю. Шведова. – Москва : Технологии, 2007. – 938 с. – ISBN 978-5-902638-11-7.
42. Пономарев, О.Б. Экономика как наука : толковый словарь общенаучных терминов и понятий : учебное пособие / О.Б. Пономарев, С.Г. Светульников. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 214 с. – ISBN 978-5-394-05287-3.
43. Райзберг, Б.А. Словарь современных экономических терминов / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский. – Москва : Айрис-пресс, 2008. – 476 с. – ISBN 978-5-8112-3286-4.
44. Рудакова, О.С. Корпоративное управление в коммерческом банке : учебник / О.С. Рудакова, Р.И. Хутаев, О.У. Авис [и др.] ; под редакцией О.С. Рудаковой. – Москва : КноРус, 2020. – 439 с. – ISBN 978-5-406-07135-9.
45. Смит, А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит ; ответственный редактор Л.И. Абалкин : в 2 томах. Том 1: книги 1-3. – Москва : Наука, 1993. – 569 с. – ISBN 5-02-012059-6.
46. Соколинская, Н.Э. Современные банковские продукты и ценообразование : учебник / Н.Э. Соколинская, О.М. Маркова, О.С. Рудакова. – Москва : КноРус, 2022. – 239 с. – ISBN 978-5-406-09032-9.
47. Соколов, Е.В. История банковского дела : учебное пособие / Е.В. Соколов. – Москва : Московский государственный технический университет имени Н.Э. Баумана, 2001. – 68 с. – ISBN 5-7038-1812-5.

48. Тавасиев, А.М. Банковское дело : учебник для вузов / А.М. Тавасиев. – Москва : Юрайт, 2021. – 534 с. – ISBN 978-5-534-13441-4.
49. Тарасенко, Ф.П. Прикладной системный анализ : учебное пособие / Ф.П. Тарасенко. – Москва : КноРус, 2010. – 219 с. – ISBN 978-5-406-00212-4.
50. Углов, В.Н. Объяснительный словарь иностранных слов, употребляемых в русском языке / В.Н. Углов. – Санкт-Петербург, 1859. – 214 с. – ISBN отсутствует.
51. Ушаков, Д.Н. Большой толковый словарь русского языка : около 60000 слов / Д.Н. Ушаков, В.В. Виноградов, С.И. Ожегов [и др.] ; под редакцией Д.Н. Ушакова. – Москва : АСТ : Астрель, 2004. – 1268 с. – ISBN 5-17-023907-6.
52. Эйнштейн, А. Эволюция физики / А. Эйнштейн, Л. Инфельд. – Москва : Наука, 1965. – 327 с. – ISBN отсутствует.
53. Экономический словарь ; ответственный редактор А.И. Архипов. – Москва : Проспект, 2013. – 672 с. – ISBN 978-5-3920-1175-9.

Статьи

54. Агамагомедова, С.А. Развитие института интеллектуальной собственности в условиях цифровизации экономики / С.А. Агамагомедова, Н.А. Надькина // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Экономические науки. – 2019. – № 1 (9). – С. 4-16. – ISSN 2309-2874.
55. Бабкин, А.В. Формирование цифровой экономики в России: сущность, особенности, техническая нормализация, проблемы развития / А.В. Бабкин, Д.Д. Буркальцева, Д.Г. Костень, Ю.Н. Воробьев // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. – 2017. – № 3. Том 10. – С. 9-25. – ISSN 2304 9774.
56. Барыло, Е.В. Развитие дистанционного банковского обслуживания. Сравнительная характеристика интернет-банкинга и мобильного банкинга / Е.В. Барыло, К.В. Шакирова, Н.В. Зяблицкая // Региональные проблемы

преобразования экономики. – 2020. – № 6. – С. 101-109. – ISSN 1812-7096.

57. Ваганова, О.В. Эволюция и этапы становления электронного банкинга / О.В. Ваганова, Р. Юсеф // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2019. – № 11. – С. 276-279. – ISSN 2220-2404.

58. Долинская, В.В. Банковские продукты: понятие, соотношение со смежными категориями, виды / В.В. Долинская // Законы России: опыт, анализ, практика. – 2021. – № 4. – С. 3-11. – ISSN 1992-8041.

59. Дроздова, А.В. Понятие и содержание услуги как объектов гражданских прав / А.В. Дроздова // Сибирский юридический вестник. – 2003. – № 1. – С. 39-44. – ISSN 2071-8136.

60. Зиновьева, Е.А. Траектория цифрового развития: банковский продукт, классификация и принципы его диверсификации / Н.Э. Соколинская, Е.А. Зиновьева // Финансовые рынки и банки. – 2021. – № 6. – С. 71-76. – ISSN 2658-3917.

61. Зиновьева, Е.А. Банковский сектор до и после пандемии / Н.Э. Соколинская, Е.А. Зиновьева // Финансовые рынки и банки. – 2020. – № 6. – С. 81-86. – ISSN 2658-3917.

62. Зиновьева, Е.А. Классификация инноваций российского финансового сектора / Н.Э. Соколинская, Е.А. Зиновьева // Финансовые рынки и банки. – 2021. – № 4. – С. 98-103. – ISSN 2658-3917.

63. Зиновьева, Е.А. Ключевые цифровые технологии «будущего» в России / Н.Э. Соколинская, Е.А. Зиновьева // Финансовые рынки и банки. – 2021. – № 5. – С. 42-49. – ISSN 2658-3917.

64. Зиновьева, Е.А. Роль интеллектуальных прав в рамках внедрения цифровых технологий / Е.А. Зиновьева, Н.Э. Соколинская // ЭКОНОМИКА БИЗНЕС БАНКИ. – 2021. – № 06 (56). – С. 27-40. – ISSN 2304-9596.

65. Зиновьева, Е.А. Факторы, влияющие на модернизацию банковских продуктов в условиях цифровой экономики / Е.А. Зиновьева // Финансовые рынки и банки. – 2021. – № 10. – С. 53-59. – ISSN 2658-3917.

66. Зиновьева, Е.А. Этапы развития банковского дела, банковских

продуктов и цифровых технологий / Е.А. Зиновьева // Финансовые рынки и банки. – 2024. – № 5. – С. 197-203. – ISSN 2658-3917.

67. Зиновьева, Е.А. Построение персонализированного подхода при работе с клиентами с помощью метода k-средних и отбора кластеров / Е.А. Зиновьева // Экономическое развитие России. – 2024. – № 5. Том 31. – С. 59-64. – ISSN 2306-5001.

68. Зиновьева, Е.А. Влияние цифровых технологий на банковские продукты / Е.А. Зиновьева // ЭКОНОМИКА БИЗНЕС БАНКИ. – 2024. – № 2 (72). – С. 90-98. – ISSN 2304-9596.

69. Идрисов, Г.И. Новая технологическая революция: вызовы и возможности для России / Г.И. Идрисов, В.Н. Княгин, А.Л. Кудрин, Е.С. Рожкова // Вопросы экономики. – 2018. – № 4. – С. 5-25. – ISSN 0042-8736.

70. Когденко, В.Г. Анализ финансовых активов по данным консолидированной отчетности / В.Г. Когденко, М.С. Крашенинникова // Международный бухгалтерский учет. – 2015. – № 17. – С. 32-47. – ISSN 2073-5081.

71. Криничанский, К.В. Цифровизация в банковском секторе: российский опыт / К.В. Криничанский, Н.Р. Нурисламова // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. – 2022. – № 2. Том 16. – С. 73-81. – ISSN 1997-0129.

72. Линников, А.С. Влияние современных технологических изменений на финансовую безопасность / А.С. Линников, О.В. Масленников // Известия высших учебных заведений. Серия: Экономика, финансы и управление производством. – 2017. – № 1. – С. 10-14. – ISSN 2218-1784.

73. Мазняк, В.М. Развитие продуктового ряда современных коммерческих банков / В.М. Мазняк // Финансовые исследования. – 2015. – № 3 (48). – С. 91-97. – ISSN 1991-0525.

74. Марамыгин, М.С. Понятие розничного банковского продукта / М.С. Марамыгин, А.В. Поваров // Известия Уральского государственного

экономического университета. – 2011. – № 2 (34). – С. 22-28. – ISSN 2658-5081.

75. Микони, С.В. О классе, классификации и систематизации / С.В. Микони // Онтология проектирования. – 2016. – № 1 (19). Том 6. – С. 67-80. – ISSN 2223-9537.

76. Перепелкин, В.А. Понятие «услуга» в экономической теории / В.А. Перепелкин // Вестник Самарского государственного университета. – 2009. – № 3 (69). – С. 38-46. – ISSN 1810-5378.

77. Соловьева, Н.Е. Интернет-банкинг как инновационная форма обслуживания в экономических системах / Н.Е. Соловьева, А.М. Кулик, М.В. Гуменюк // Организатор производства. – 2023. – № 3. Том 31. – С. 78-85. – ISSN 1810-4894.

78. Тарасова, Т.Ю. Специфические особенности банковского продукта и услуги / Т.Ю. Тарасова, Т.Н. Флигинских // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика. – 2017. – № 2 (251). – С. 46-50. – ISSN 2411-3808.

79. Терновская, Е.П. Оценка эффективности защиты прав потребителей финансовых услуг в условиях цифровизации / Е.П. Терновская, А.Л. Мазур, А.А. Дикарева // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. – 2023. – № 6. – С. 125-130. – ISSN 2223-2974.

80. Швед, Д.Е. О понятиях «банковский продукт» и «банковская услуга» / Д.Е. Швед // Маркетинг в России и за рубежом. – 2011. – № 1. – С. 56-64. – ISSN 1028-5849.

Диссертации и авторефераты диссертаций

81. Жданович, В.В. Трансформация регулирования банковской деятельности в условиях развития цифровых технологий : специальность 08.00.10 «Финансы, денежное обращение и кредит» : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук

/ Жданович Виталий Витальевич ; Финансовый университет. – Москва, 2021. – 26 с. – Библиогр.: с. 26. – Место защиты: Финансовый университет.

82. Львов, В.В. Коммерческий банк как субъект рыночных экономических отношений : специальность 08.00.01 «Политическая экономия» : диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Львов Всеволод Валентинович ; Финансовая академия при Правительстве Российской Федерации. – Москва, 1993. – 240 с. – Библиогр.: с. 177-194.

Электронные ресурсы

83. Аналитическая справка в отношении инфраструктурной обеспеченности территории России точками доступа к финансовым услугам в условиях развития дистанционных каналов обслуживания // Банк России : официальный сайт. – Москва. – 2021. – Текст : электронный. – URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/122029/indicator_2020.pdf (дата обращения: 25.12.2021).

84. Анкета для проведения опроса глав муниципальных образований для оценки доступности финансовых услуг в малых населенных пунктах России // Банк России : официальный сайт. – Москва. – 2023. – Текст : электронный. – URL: https://www.cbr.ru/about_br/tubr/mun-form/ (дата обращения: 12.08.2023).

85. Банковский сектор // Банк России : официальный сайт. – Москва. – Обновляется в течение суток. – Текст : электронный. – URL: https://cbr.ru/banking_sector (дата обращения: 10.05.2024).

86. Взаимосвязи финансовой доступности, финансовой стабильности и экономического роста: обзор публикаций // Банк России : официальный сайт. – Москва. – 2018. – Текст : электронный. – URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/44100/publ_15022018.pdf (дата обращения: 25.12.2021).

87. Все платежные карты российских банков продолжают нормально работать // Банк России : официальный сайт. – Москва. – 2022. – 9 марта. – Обновляется в течение суток. – Текст : электронный. – URL: <https://cbr.ru/press/event/?id=12747> (дата обращения: 21.12.2022).

88. Деятельность территориальных учреждений Банка России по повышению финансовой доступности в сельской местности и на отдаленных, малонаселенных и труднодоступных территориях: итоги 2022 года // Банк России : официальный сайт. – Москва. – 2023. – Текст : электронный. – URL: http://www.cbr.ru/Content/Document/File/150059/report_19072023.pdf (дата обращения: 10.10.2023).

89. Доля населения, являющегося активными пользователями сети Интернет, в общей численности населения // Единая межведомственная информационно-статистическая система. – Текст : электронный. – URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/43566> (дата обращения: 12.08.2021).

90. Задворная, И.А. Применение алгоритма «Кластеризация» для анализа данных потенциальных клиентов банка / И.А. Задворная, О.М. Ромакина // Ученые записки Брянского государственного университета. – 2019. – № 2. – С. 7-15. – ISSN 2519-2574. – Текст : электронный. – DOI отсутствует. – URL: <https://scim-brgu.ru/wp-content/arhiv/UZ-2019-N2.pdf> (дата обращения: 15.10.2022).

91. Индикаторы финансовой доступности за 2022 год (по результатам замера 2023 года) // Банк России : официальный сайт. – Москва. – 2023. – Текст : электронный. – URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/152879/acc_indicators_04092023.pdf (дата обращения: 10.02.2024).

92. Итоги работы Банка России за 2023 год: кратко о главном // Банк России : официальный сайт. – Москва. – Обновляется в течение суток. – Текст : электронный. – URL: https://cbr.ru/StaticHtml/File/159640/kg0_2023.pdf (дата обращения: 15.05.2024).

93. Обзор прогрессивных веб-приложений (PWA). – Текст : электронный. – URL: <https://learn.microsoft.com/ru-ru/microsoft-edge/progressive-web-apps-chromium/> (дата обращения: 28.03.2024).

94. Основные направления развития финансового рынка Российской Федерации на 2024 год и период 2025 и 2026 годов // Банк России : официальный сайт. – Москва. – Обновляется в течение суток. – Текст : электронный. – URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/155957/onrfr_2024-26.pdf (дата обращения: 25.12.2023).

95. Приоритетные направления повышения доступности финансовых услуг в Российской Федерации, планы мероприятий («дорожные карты») // Банк России : официальный сайт. – Москва. – Обновляется в течение суток. – Текст : электронный. – URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/132047/pr_pnpdfu_2022-2024.pdf (дата обращения: 10.02.2022).

96. Портал банковского аналитика : [сайт]. – URL: <https://analizbankov.ru/index.php> (дата обращения: 10.01.2023). – Текст : электронный.

97. Проект Основных направлений цифровизации финансового рынка на период 2022-2024 годов // Банк России : официальный сайт. – Москва. – 2021. – Текст : электронный. – URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/131360/oncfr_2022-2024.pdf (дата обращения: 25.02.2022).

98. Решетов, К.Ю. Цифровизация в банковской сфере / К.Ю. Решетов, М.В. Лосев // Вестник Национального института бизнеса. – 2021. – № 43. – С. 28-35. – ISSN 2712-8814. – Текст : электронный. – DOI отсутствует. – URL: <https://nibmoscow.ru/wp-content/uploads/2022/12/43.pdf> (дата обращения: 15.03.2022).

99. Сведения о размещенных и привлеченных средствах // Банк России : официальный сайт. – Москва. – Обновляется в течение суток. – Текст : электронный. – URL: http://cbr.ru/statistics/bank_sector/sors (дата обращения: 20.10.2021).

100. Статистика национальной платежной системы // Банк России :

официальный сайт. – Москва. – Обновляется в течение суток. – Текст : электронный. – URL: <https://cbr.ru/statistics/nps/psrf/> (дата обращения: 20.10.2021).

101. Управление финансовым продуктом: подходы к оценке и управлению потребительскими рисками // Банк России : официальный сайт. – Москва. – 2021. – Текст : электронный. – URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/131265/Consultation_Paper_06122021.pdf (дата обращения: 20.02.2022).

102. Уровень цифровой зрелости банков – 2020. – Текст : электронный. – URL: https://ict.moscow/static/pdf/files/DBM_2020_rus.pdf (дата обращения: 28.11.2022).

103. Устойчивое развитие // Банк России : официальный сайт. – Москва. – Обновляется в течение суток. – Текст : электронный. – URL: <https://cbr.ru/develop/ur> (дата обращения: 24.12.2022).

104. Утверждены новые правила передачи финансовых сообщений на территории России // Банк России : официальный сайт. – Москва. – 2023. – 20 марта. – Обновляется в течение суток. – Текст : электронный. – URL: <https://cbr.ru/press/event/?id=14632> (дата обращения: 24.04.2023).

105. Цифровая трансформация в России – 2020. Обзор и рецепты успеха. – Текст : электронный. – URL: https://komanda-a.pro/projects/dtr_2020?ysclid=m5mfuyfz11901916886 (дата обращения: 28.11.2022).

106. Цифровизация платежей и внедрение инноваций на платежном рынке // Банк России : официальный сайт. – Москва. – 2024. – Текст : электронный. – URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/161600/analytical_report_20240605.pdf (дата обращения: 07.06.2024).

107. Экосистемы: подходы к регулированию // Банк России : официальный сайт. – Москва. – 2021. – Текст : электронный. – URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/119960/Consultation_Paper_02042021.pdf (дата обращения: 28.11.2022).

Источники на иностранных языках

108. Bowen, H.R. Social Responsibilities of the Businessman / H.R. Bowen. – New York : Harper & Row, 1953. – 298 p. – ISBN 978 1-60938-196-7.
109. Bukht, R. Defining, Conceptualising and Measuring the Digital Economy / R. Bukht, R. Heeks. – Manchester : University of Manchester, 2017. – ISBN 978-1-905469-62-8. – Текст : электронный. – DOI 10.17323/1996-7845-2018-02-07. – URL: https://www.researchgate.net/publication/327356904_Defining_Conceptualising_and_Measuring_the_Digital_Economy (дата обращения: 20.04.2022).
110. Chen, Y. Improving market performance in the digital economy / Y. Chen // China Economic Review. – 2020. – Volume 62. – Article 101482. – ISSN 1873-7781. – Текст : электронный. – DOI 10.1016/j.chieco.2020.101482. – URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1043951X20300791> (дата обращения: 28.10.2021).
111. Feher, P. Digital Transformation in Hungarian Banking Industry – Experiences with Design Thinking / P. Feher, K. Varga // Society and Economy. – 2019. – Issue 3. Volume 41. – P. 293-310. – ISSN 1588-970X. – Текст : электронный. – DOI 10.1556/204.2019.41.3.2. – URL: <https://akjournals.com/view/journals/204/41/3/article-p293.xml> (дата обращения: 25.11.2021).
112. Ossandon Busch, M. Broadening the G20 financial inclusion agenda to promote financial stability: The role for regional banking networks. April 27, 2017. / M. Ossandon Busch. – Текст : электронный. – URL: https://www.global-solutions-initiative.org/wp-content/uploads/2022/11/04_Financial_Broadening-the-G20-financial-inclusion.pdf (дата обращения: 25.11.2021).
113. Pyle, D. Business Modeling and Data Mining / D. Pyle. – Waltham : Morgan Kaufmann Publishers, 2003. – 693 p. – ISBN 978-1558606531.
114. Python Docs. – Текст : электронный. – URL: <https://www.python.org/doc/> (дата обращения: 21.02.2024).

115. Sahay, R. Financial Inclusion: Can it meet multiple macroeconomic goals? / R. Sahay, M. Čihák, P. N'Diaye [et al.] // IMF Staff Discussion Note. – 2015. – № 15/17. – Текст : электронный. – URL: <https://www.imf.org/en/Publications/Staff-Discussion-Notes/Issues/2016/12/31/Financial-Inclusion-Can-it-Meet-Multiple-Macroeconomic-Goals-43163> (дата обращения: 24.08.2022).
116. Shanti, R. A Systematic Review on Banking Digital Transformation / R. Shanti, W. Avianto, W. Ari Wibowo // Jurnal Ad'ministrare: Jurnal Pemikiran Ilmiah dan Pendidikan Administrasi Perkantoran. – 2022. – Issue 2. Volume 9. – P. 543-552. – ISSN 2541-1306. – Текст : электронный. – DOI 10.26858/ja.v9i2.40584. – URL: <https://ojs.unm.ac.id/administrare/article/view/40584> (дата обращения: 24.01.2023).
117. The Global Competitiveness Report 2016-2017. World Economic Forum 2016. – Текст : электронный. – URL: http://www3.weforum.org/docs/GCR2016-2017/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2016-2017_FINAL.pdf (дата обращения: 03.08.2020).
118. Witten, I.H. Data Mining: Practical Machine Learning Tools and Techniques / I.H. Witten, E. Frank, M.A. Hall. – Waltham : Morgan Kaufmann, 2016. – 654 p. – ISBN 0128043571.
119. Zaki, M.J. Large-Scale Parallel Data Mining / M.J. Zaki, C.-T. Ho. – Berlin : Springer, 2000 – 270 p. – ISBN 978-3-540-67194-7.
120. Zinovyeva, E.A. Transformation of the Russian Financial Sector: The Need for Innovation, its Purpose, Objectives and Principles / N.E. Sokolinskaya, L.M. Kupriyanova, M.S. Kaskirova, E.A. Zinovyeva // Academy of Strategic Management Journal. – 2021. – Issue 6. Volume 20. – P. 1-9. – ISSN 1544-1458.

Приложение А
(информационное)

**Пример типовой анкеты для всех субъектов Российской Федерации
ежегодного всероссийского опроса глав муниципальных образований**

**Анкета для проведения опроса
глав муниципальных образований для оценки
доступности финансовых услуг в малых населенных
пунктах России численностью от 100 чел. до 30 тыс. чел.**

Заполняется в электронном виде, доступна для заполнения с 1 июля 2023 по 31 августа 2023

*по прямой ссылке: https://www.cbr.ru/about_br/tubr/mun-form/
или по QR-коду*



Информация о населенном пункте

1. Субъект Российской Федерации:

[выбрать из списка, при отсутствии в списке вписать]

2. Муниципальное образование второго уровня (городской округ/муниципальный район/муниципальный округ/улус):

[выбрать из списка, при отсутствии в списке вписать]

3. Муниципальное образование первого уровня (городское/сельское поселение):

[выбрать из списка, при отсутствии в списке вписать]

4. Наименование населенного пункта:

[выбрать из списка, при отсутствии в списке вписать]

5. Тип населенного пункта

[выбрать один вариант ответа]

☐ Город

☐ Поселок городского типа

- ☐ Рабочий поселок
- ☐ Село
- ☐ Поселок
- ☐ Деревня
- ☐ Хутор
- ☐ Станица
- ☐ Аул
- ☐ Кишлак
- ☐ Улус
- ☐ Железнодорожная станция
- ☐ Другой сельский населенный пункт

6. Численность населения (фактически проживающие на территории населенного пункта на момент проведения опроса)

[выбрать один вариант ответа]

- ☐ меньше 100 чел.
- ☐ от 100 до 199 чел.
- ☐ от 200 до 499 чел.
- ☐ от 500 до 999 чел.
- ☐ от 1000 до 1 999 чел.
- ☐ от 2 000 до 4 999 чел.
- ☐ от 5 000 до 9 999 чел.
- ☐ от 10 000 до 19 999 чел.
- ☐ от 20 000 до 30 000 чел.

Основной блок вопросов анкеты

7. Позволяет ли качество доступа к сети Интернет в населенном пункте получать финансовые услуги дистанционно? а именно через сайты или мобильные приложения финансовых организаций с использованием мобильного телефона, компьютера/ноутбука, планшета или иных технических средств, подключенных к сети Интернет

[возможен только один вариант ответа]

- ☐ Да, дистанционно финансовые услуги получать можно, при этом в населенном пункте доступ к сети Интернет устойчивый практически на всей территории населенного пункта

- Да, дистанционно финансовые услуги получать можно, но в населенном пункте доступ к сети Интернет неустойчивый, либо имеется не везде
- Нет, дистанционно финансовые услуги получать нельзя, поскольку в населенном пункте доступ к сети Интернет слишком неустойчивый → *Переход к вопросу 10*
- Нет, дистанционно получать финансовые услуги нельзя, поскольку в населенном пункте полностью отсутствует доступ к сети Интернет → *Переход дальше только на вопросы 10, 11, 20-25*

8. Имеются ли препятствия в населенном пункте для использования населением дистанционных каналов доступа к финансовым услугам?

[возможен только один вариант ответа]

- Препятствий нет → *Переход к вопросу 10*
- Да, имеются. → *Переход к вопросу 9*
- Затрудняюсь ответить → *Переход к вопросу 10*

9. Отметьте, пожалуйста, те препятствия, которые имеются в населенном пункте [возможно несколько вариантов ответов]:

- ☐ У населения нет технических средств (смартфонов, планшетов или персональных компьютеров)
- ☐ Население не умеет пользоваться дистанционными каналами доступа к финансовым услугам
- ☐ У населения нет потребности получать финансовые услуги дистанционно
- ☐ Население не доверяет безопасности дистанционных каналов доступа к финансовым услугам
- ☐ У населения отсутствует возможность посещения финансовой организации для первичной личной идентификации или регистрации в Единой биометрической системе
- ☐ Некоторые продукты и услуги можно получить дистанционно, но необходимые услуги, по мнению населения, можно получить только в офисе финансовой организации

10. Какие виды финансовых услуг доступны и востребованы жителям в населенном пункте в физических точках присутствия финансовых организаций? Под физическими точками присутствия финансовых организаций понимаются любые точки обслуживания и устройства финансовых организаций, расположенные в населенном пункте, при этом

дистанционные каналы получения финансовых услуг (например, Интернет-банкинг, мобильный банкинг) к физическим точкам присутствия финансовых организаций не относится.

[один ответ по каждой строке]

Виды услуг	Услуга доступна / Услуга востребована		
	Да	Нет	Затрудняюсь ответить
Открытие / закрытие банковского счета			
Снятие наличных денежных средств с платежной карты			
Пополнение счета банковской карты			
Открытие / закрытие банковского вклада			
Получение банковского кредита			
Оформление дебетовой карты			
Оформление кредитной карты			
Безналичный перевод денежных средств другим лицам			
Безналичная оплата услуг, в том числе коммунальных, обязательных платежей в бюджет (налоги, штрафы и другие)			
Оплата наличными деньгами услуг, в том числе коммунальных, обязательных платежей в бюджет (налоги, штрафы и другие)			
Оформление полиса ОСАГО			
Другие (кроме оформления полиса ОСАГО) страховые услуги			
Получение займа в микрофинансовой организации, кредитном потребительском кооперативе, сельскохозяйственном кредитном потребительском кооперативе			
Оформление инвестиционных продуктов (Индивидуальный инвестиционный счет (ИИС), инвестиционное страхование жизни, брокерский счет, вложение средств в паевой инвестиционный фонд)			
Услуги негосударственного пенсионного фонда (НПФ)			

11. Оцените, пожалуйста, качество работы устройств самообслуживания (банкоматов и платежных терминалов), с использованием которых можно получить финансовые услуги в населенном пункте.

[возможен только один вариант ответа]

- ☐ Устройства работают нормально
- ☐ Перебои в работе случаются часто
- ☐ Практически всегда не работают
- ☐ Нет банкоматов или платежных терминалов
- ☐ Затрудняюсь ответить

12. Имеются ли в населенном пункте магазины, которые принимают оплату с использованием платежной карты или QR-кода? Перевод на номер карты продавца или по номеру телефона продавца при ответе на этот вопрос не учитывается, поскольку это нелегитимный способ оплаты.

[возможен только один вариант ответа]

- ☐ Нет магазинов → *переход к вопросу 15*
- ☐ Во всех магазинах для оплаты товаров принимаются только наличные деньги → *переход к вопросу 15*
- ☐ Да, в магазинах есть возможность оплаты товаров/услуг с использованием платежной карты или QR кода
- ☐ Затрудняюсь ответить

13. Имеются ли в населенном пункте магазины, в которых на кассе можно снять наличные деньги с платежной карты?

[возможен только один вариант ответа]

- ☐ Да
- ☐ Нет, но у населения ЕСТЬ потребность в снятии наличных денег с платежной карты на кассах магазинов → *переход к вопросу 15*
- ☐ Нет, и у населения НЕТ потребности в снятии наличных денег с платежной карты на кассах магазинов → *переход к вопросу 15*
- ☐ Затрудняюсь ответить → *переход к вопросу 15*

14. Дайте, пожалуйста, характеристику магазинам, расположенным в населенном пункте, на кассе которых можно снять наличные деньги с платежной карты.

[один ответ по каждой строке]

	Да	Нет	Затрудняюсь ответить
В магазине размещена информация о возможности снятия наличных денег на кассе			
Терминал часто не работает			
Магазин часто отказывается предоставлять услугу, в том числе из-за отсутствия в кассе наличных денег и/или из-за отсутствия необходимых знаний у персонала			
Магазин оказывает услугу по снятию наличных денег с платежной карты и услуга востребована			
Магазин оказывает услугу по снятию наличных денег с платежной карты, но услуга не востребована			

15. Есть ли в населенном пункте государственные и/или муниципальные учреждения и/или магазины, в которых, на Ваш взгляд, необходима организация безналичной оплаты товаров/услуг?

☐ Да.

☐ Нет

16. Можно ли в населенном пункте снять наличные деньги с платежной карты в отделении почтовой связи?

☐ Да, есть отделение почтовой связи, в котором можно снять наличные деньги с платежной карты

☐ Нет, в отделении почтовой связи нельзя снять наличные деньги с платежной карты

☐ Есть отделение почтовой связи, но оно не работает → *переход к вопросу 20*

☐ Нет отделения почтовой связи → *переход к вопросу 20*

☐ Затрудняюсь ответить

17. Можно ли в населенном пункте оплатить жилищно-коммунальные услуги в отделении почтовой связи с использованием платежной карты или QR-кода?

☐ Да

☐ Нет

☐ Затрудняюсь ответить

18. Имеется ли в населенном пункте возможность открытия банковского счета в отделении почтовой связи?

- ☐ Да
☐ Нет
☐ Затрудняюсь ответить

19. Дайте, пожалуйста, характеристику точкам предоставления финансовых услуг в отделениях почтовой связи, расположенным в населенном пункте.

[один ответ по каждой строке]

	Да	Нет	Затрудняюсь ответить
В отделении размещена информация с перечнем предоставляемых финансовых услуг			
Заявленный перечень финансовых услуг предоставляется в полном объеме			
Работники консультируют по предоставляемым финансовым услугам			
Ассортимент финансовых услуг достаточен для жителей населенного пункта			
Тарифы на оказываемые финансовые услуги устраивают жителей населенного пункта			

20. Оказываются ли в населенном пункте финансовые услуги в выездных форматах обслуживания?

[Возможно несколько вариантов ответа ☐ или один из ответов ☐

- ☐ Да, населенный пункт обслуживается передвижным офисом банка на базе автотранспортного средства → *переход к вопросу 22*
☐ Да, ряд финансовых услуг предоставляется в передвижных отделениях почтовой связи → *переход к вопросу 22*
☐ Да, населенный пункт посещают почтальоны с мобильным терминалом, с использованием которого гражданам оказываются финансовые услуги, например, оплата услуг ЖКХ, госпошлины, сотовой связи, оформление страхового полиса → *переход к вопросу 22*
☐ Да, населенный пункт по графику посещают работники и/или агенты банка → *переход к вопросу 22*
☐ Да, населенный пункт посещают страховые агенты → *переход к вопросу 22*
☐ Да, населенный пункт посещают агенты микрофинансовой организации и/или кредитного потребительского кооператива и/или сельскохозяйственного кредитного потребительского кооператива → *переход к вопросу 22*

☐ Да, населенный пункт посещают представители юридических лиц, предлагающих финансовые услуги гражданам (предоставление займов / привлечение денежных средств). Информация о наличии у данных юридических лиц лицензии Банка России отсутствует → *переход к вопросу 22*

☐ Нет

☐ Затрудняюсь ответить

21. Есть ли в населенном пункте потребность в получении банковских услуг в выездных форматах обслуживания?

☐ Да

☐ Нет

☐ Затрудняюсь ответить

22. Есть ли у жителей Вашего населенного пункта интерес к информации о финансовых услугах? Если есть, какие темы мероприятий по финансовой грамотности, на Ваш взгляд, были бы наиболее актуальны для жителей населенного пункта?

[Возможно несколько вариантов ответа по темам, представляющим интерес]

☐ Нет, у жителей нет интереса к информации о финансовых услугах → *переход к вопросу 25*

☐ Да, тема: «Основы использования дистанционных каналов доступа к финансовым услугам: Интернет-банкинг и мобильный банкинг. Удаленная идентификация (биометрия). Проект «Маркетплейс». Цифровой профиль гражданина».

☐ Да, тема: «Банковские вклады: как сохранить и приумножить».

☐ Да, тема: «Основы инвестирования (в том числе с использованием индивидуального инвестиционного счета). Услуги негосударственных пенсионных фондов».

☐ Да, тема: «Использование банковских карт. Мошенничество на финансовом рынке. Кибербезопасность. Защита прав потребителей финансовых услуг».

☐ Да, тема: «Кредиты и займы: какие они бывают. Типичные ошибки заемщика. Кредитная история».

☐ Да, тема: «Экономия для жизни. Как определить финансовую цель и составить план по ее достижению?»

☐ Да, тема: «Актуальные вопросы страхования».

☐ Да, тема: «Система быстрых платежей».

23. Готовы ли Вы помочь с организацией для заинтересованных жителей этого населенного пункта мероприятий по финансовой грамотности?

[возможен только один вариант ответа]

☐ Да

☐ Нет → *переход к вопросу 25*

24. Каким способом возможно будет провести мероприятия по финансовой грамотности для жителей населенного пункта?

[возможен только один вариант ответа]

☐ Только онлайн

☐ Только очно

☐ Онлайн и очно

25. Можно ли сказать, что ситуация с финансовой доступностью и/или финансовой грамотностью в населенном пункте улучшилась за последний год?

[возможен только один вариант ответа]

☐ Да

☐ Нет

Анкетирование завершено. Спасибо за участие!

Источник: [84].

Рисунок А.1 – Пример типовой анкеты для проведения опроса глав муниципальных образований

Приложение Б

(информационное)

Кросс-секционная выборка данных в региональном разрезе

Таблица Б.1 – Кросс-секционная выборка данных в региональном разрезе, представленная 85 наблюдениями, зафиксированными на конец 2023 года

Регион	Объем кредитов, предоставленных юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям	Объемы размещенных средств юридических лиц и индивидуальных предпринимателей	Объем кредитов, предоставленных физическим лицам	Объемы размещенных средств физических лиц	Количество банкоматов	Доля операций по оплате товаров и услуг	Доля населения – пользователей сети Интернет	Количество счетов с дистанционным доступом
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Алтайский край	233,11	2,08	13,48	139,48	1 852,00	50,46	87,30	2 809,3
Амурская область	545,82	2,14	18,20	211,56	801,00	52,72	92,00	1 153,7
Архангельская область	195,93	2,70	16,85	261,68	1 091,00	56,89	86,20	1 562,1
Астраханская область	90,27	0,99	14,10	138,08	841,00	41,14	90,60	1 164,4
Белгородская область	1 085,35	2,38	13,00	211,08	1 090,00	45,83	85,00	2 084,8
Брянская область	490,85	1,68	11,35	154,89	910,00	39,11	85,00	1 435,1
Владимирская область	242,22	1,77	12,30	211,01	1 228,00	46,29	86,60	1 716,5
Волгоградская область	205,16	1,56	11,71	154,28	1 978,00	43,30	94,20	2 739,2
Вологодская область	1 722,33	7,64	14,02	209,21	1 202,00	54,51	87,10	1 528,4
Воронежская область	470,12	2,96	13,08	232,08	1 978,00	50,61	94,30	5 528,9
Москва	2 895,84	32,29	21,41	1 175,60	9 657,00	89,80	95,60	121 946,0
Санкт-Петербург	1 031,09	7,93	20,94	607,73	8 276,00	57,38	92,60	15 584,3
Севастополь	102,76	0,57	6,01	86,64	548,00	40,70	91,90	0,0
Еврейская автономная область	50,35	0,76	14,51	156,59	137,00	54,06	82,20	176,1
Забайкальский край	361,68	1,37	15,34	132,48	711,00	58,28	85,70	1 294,8
Ивановская область	163,64	0,95	11,67	199,40	801,00	41,46	87,10	1 183,8

Продолжение таблицы Б.1

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Иркутская область	333,97	2,12	17,21	187,92	1 959,00	59,09	89,20	3 398,7
Кабардино-Балкарская Республика	72,12	0,73	7,07	57,09	397,00	22,05	90,60	765,3
Калининградская область	809,43	1,78	15,36	279,16	1 352,00	56,01	91,70	1 483,1
Калужская область	347,55	3,04	14,94	206,96	1 000,00	47,70	82,30	1 400,1
Камчатский край	659,22	2,50	22,94	397,34	329,00	59,80	85,70	500,2
Карачаево-Черкесская Республика	144,79	0,41	9,73	49,10	271,00	30,40	89,80	421,6
Кемеровская область - Кузбасс	732,14	3,69	14,97	171,86	2 410,00	50,06	85,70	3 240,5
Кировская область	167,29	1,94	13,23	178,99	1 239,00	52,78	85,80	1 779,8
Костромская область	206,39	10,94	12,45	201,67	679,00	54,95	85,50	955,2
Краснодарский край	565,36	2,52	15,77	209,80	6 065,00	48,65	92,00	10 002,6
Красноярский край	4 267,31	2,46	17,92	198,13	2 718,00	59,27	84,90	4 063,6
Курганская область	203,07	1,10	14,10	122,40	577,00	53,36	89,40	904,2
Курская область	585,22	1,83	12,53	169,56	1 061,00	42,12	88,20	1 451,5
Ленинградская область	1 361,00	1,07	16,74	130,70	2 041,00	59,44	88,60	23,8
Липецкая область	542,24	2,07	12,52	177,57	1 028,00	42,92	84,80	1 339,9
Магаданская область	838,49	4,59	26,51	490,27	144,00	67,83	96,30	332,1
Московская область	907,94	2,21	20,71	280,09	3 547,00	68,20	93,10	7 302,5
Мурманская область	403,35	2,15	22,11	397,84	680,00	51,40	92,40	1 161,1
Ненецкий автономный округ	56,30	0,30	5,30	23,60	57,00	19,70	77,70	123,9
Нижегородская область	654,71	4,13	13,93	258,91	3 019,00	58,22	87,90	5 025,7
Новгородская область	427,20	1,61	12,58	171,62	543,00	50,85	80,10	769,8
Новосибирская область	650,34	2,71	18,11	243,62	2 916,00	52,14	90,50	16 435,1
Омская область	265,77	1,95	15,40	165,70	1 874,00	48,11	90,80	2 307,3
Оренбургская область	225,97	1,94	15,20	155,57	2 188,00	43,91	91,50	2 408,5
Орловская область	271,66	1,85	12,51	180,99	685,00	46,23	80,10	1 059,7

Продолжение таблицы Б.1

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Пензенская область	283,59	1,45	12,30	183,12	1 080,00	41,46	83,50	1 573,6
Пермский край	537,64	2,64	15,83	200,37	2 169,00	53,80	90,00	3 485,5
Приморский край	1 622,47	5,84	17,76	299,63	2 154,00	50,20	87,80	2 974,2
Псковская область	212,22	1,28	11,79	165,41	517,00	47,25	82,60	761,8
Республика Адыгея (Адыгея)	139,65	0,45	12,57	79,83	369,00	36,02	92,10	448,4
Республика Алтай	375,77	0,78	14,10	75,86	182,00	55,83	89,20	291,3
Республика Башкортостан	324,91	1,48	16,17	147,05	3 605,00	52,14	89,50	5 368,3
Республика Бурятия	1 067,25	0,74	15,42	117,35	700,00	62,60	90,90	1 242,5
Республика Дагестан	25,88	0,43	3,82	38,58	820,00	16,20	91,00	2 124,0
Республика Ингушетия	14,26	0,28	2,33	16,15	205,00	10,69	83,70	337,8
Республика Калмыкия	68,27	0,26	18,44	71,00	166,00	39,33	95,80	299,6
Республика Карелия	1 976,48	1,07	17,26	243,52	542,00	56,65	85,00	852,9
Республика Коми	197,77	1,51	18,76	262,45	779,00	62,62	86,60	1 248,1
Республика Крым	184,12	0,83	5,39	87,69	2 131,00	36,70	89,70	3 352,9
Республика Марий Эл	197,88	1,14	11,93	147,89	603,00	51,33	80,00	813,0
Республика Мордовия	264,79	1,32	10,92	135,28	567,00	42,03	79,50	871,3
Республика Саха (Якутия)	444,82	1,94	23,35	191,11	1 008,00	68,26	94,10	1 505,8
Республика Северная Осетия - Алания	55,58	0,60	10,59	99,52	415,00	29,05	91,50	685,6
Республика Татарстан (Татарстан)	568,81	6,26	17,10	226,28	4 650,00	48,24	93,80	5 250,0
Республика Тыва	57,40	0,39	20,94	58,33	255,00	47,98	88,00	436,8
Республика Хакасия	175,17	0,91	15,38	130,58	532,00	42,04	89,70	597,3
Ростовская область	859,41	2,46	14,49	198,46	4 109,00	45,52	90,90	5848,526
Рязанская область	387,63	2,10	12,99	218,78	1 208,00	77,06	84,80	1437,787
Самарская область	673,27	3,35	14,06	253,11	2 897,00	49,48	86,80	8252,851
Саратовская область	261,67	1,73	11,90	161,21	1 869,00	43,47	91,40	2 807,1

Продолжение таблицы Б.1

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Сахалинская область	462,10	5,28	23,48	374,00	518,00	57,68	91,50	837,5
Свердловская область	672,47	3,09	17,45	257,24	4 373,00	55,23	89,30	9 042,3
Смоленская область	340,23	2,07	13,07	177,91	797,00	43,07	86,10	1 163,9
Ставропольский край	385,16	1,51	11,47	135,77	1 965,00	45,64	89,40	3 227,5
Тамбовская область	330,45	1,72	11,04	147,21	683,00	42,47	85,10	1 102,8
Тверская область	376,17	1,57	13,63	191,40	1 369,00	48,00	81,70	1 607,1
Томская область	511,34	1,77	15,59	189,36	1 047,00	58,52	82,40	1 330,8
Тульская область	715,62	4,02	13,69	204,90	1 439,00	45,97	89,60	1 943,9
Тюменская область	395,31	2,78	22,09	229,51	4 317,00	55,37	88,10	5 400,5
Удмуртская Республика	342,91	2,60	15,73	175,24	1 520,00	53,26	87,00	2 060,6
Ульяновская область	214,68	2,26	12,48	168,08	963,00	47,47	87,40	1 505,1
Хабаровский край	601,57	1,92	18,23	270,86	1 406,00	64,11	90,00	2 892,3
Ханты-Мансийский автономный округ - Югра	324,48	17,95	25,06	344,43	911,00	43,30	94,10	2 395,3
Челябинская область	462,79	2,57	15,17	190,89	3 854,00	57,70	89,50	4 382,8
Чеченская Республика	30,14	0,97	3,76	23,64	667,00	11,41	95,10	1 171,4
Чувашская Республика - Чувашия	184,42	1,62	14,59	192,58	985,00	44,31	81,60	1 607,1
Чукотский автономный округ	1 667,69	3,51	29,01	399,39	51,00	73,58	97,20	0,0
Ямало-Ненецкий автономный округ	1 411,84	7,39	35,03	577,71	839,00	68,90	93,90	3 746,2
Ярославская область	477,43	2,88	12,93	260,52	1 664,00	45,98	84,90	1 699,0

Источник: составлено автором по материалам [89; 99; 100].

Приложение В

(информационное)

Алгоритм кластеризации клиентов с помощью метода К-средних и отбора кластеров

Ход работы алгоритма, в процессе которого входные параметры преобразуются в выходной набор кластеров, состоит из следующих этапов [90]:

- 1) Выбирается начальное разбиение Δ , содержащее k кластеров со случайно выбранными элементами. Для данного начального разбиения вычисляется значение центроидов для каждого кластера M_k .
- 2) Создается новое разбиение. Элементы на втором шаге попадают в кластеры, к центру одного из которых они наиболее близки.
- 3) Вычисляются новые центры кластеров как центроиды M_k для новых k сформированных кластеров.
- 4) Повторяются шаги 2 и 3 до тех пор, пока не будет достигнуто оптимальное значение среднеквадратичной ошибки или на двух смежных итерациях не будет изменяться внутрикластерное расстояние.

Алгоритм выполняет итерации этого процесса, пока он может улучшить результат за счет переопределения кластеров [67].

Существуют следующие правила [67]:

- 1) Кластеры всегда существуют.
- 2) В каждом кластере имеется хотя бы один элемент.
- 3) Кластеры не пересекаются.

Для построения модели с помощью метода К-средних и отбора кластеров используется встроенный Jupyter – интерактивный проект, первоначально являвшийся веб-реализацией и развитием Python [67]:

- 1) Загрузка данных: клиентская база банка, свойства банковских продуктов и их значения [114]:

```
import pandas as pd
import numpy as np
import matplotlib.pyplot as plt
import sea
from kneed import KneeLocator
from sklearn.datasets import make_blobs
from sklearn.cluster import KMeans
from sklearn.metrics import silhouette_score
from sklearn.preprocessing import StandardScaler
from sklearn.decomposition import PCA
from mpl_toolkits.mplot3d import Axes3D
```

- 2) Нормирование данных [114]:

```
col_names = ['Value1', 'Value2', 'Value2']
```

```

features = df[col_names]

scaler = StandardScaler().fit(features.values)

features = scaler.transform(features.values)
scaled_features = pd.DataFrame(features, columns = col_names)
#scaled_features.head()
scaled_features

g = df['G']
newdf = scaled_features.join(g)

#newdf = pd.get_dummies(newdf, prefix=None, prefix_sep='_', dummy_na=False,
columns=None, sparse=False, drop_first=False, dtype=None)
#newdf = newdf.drop(['Gender_Male'],axis=1)
#newdf.head()
newdf

```

3) Визуализация производительности модели кластеризации на графике изгиба, представлена на рисунке В.1 [114]:

```
SSE = []
```

```

for cluster in range(1,10): # kmeans = KMeans(n_jobs = -1, n_clusters = cluster, init='k-
means++')
    kmeans = KMeans(n_clusters = cluster, init='k-means++')
    kmeans.fit(newdf)
    SSE.append(kmeans.inertia_)

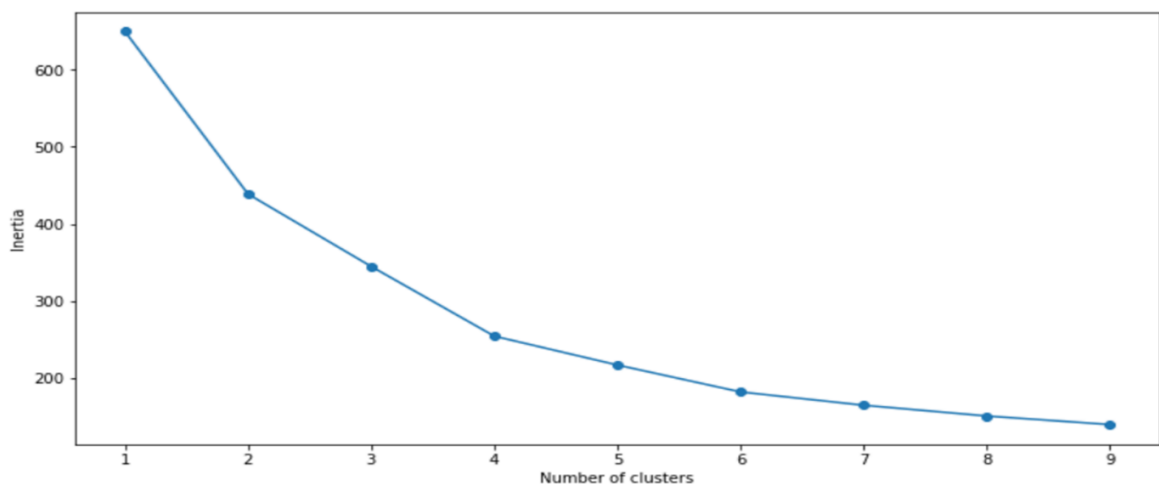
```

```
# converting the results into a dataframe and plotting them
```

```

frame = pd.DataFrame({'Cluster':range(1,10), 'SSE':SSE})
plt.figure(figsize=(12,6))
plt.plot(frame['Cluster'], frame['SSE'], marker='o')
plt.xlabel('Number of clusters')
plt.ylabel('Inertia')
Text(0, 0.5, 'Inertia')

```



Источник: [67]

Рисунок В.1 – Визуализация производительности модели

Приведенный выше график изгиба показывает, что оптимальное количество кластеров составляет четыре. Коэффициент силуэта или показатель силуэта – это показатель, используемый для оценки качества кластеров, созданных алгоритмом. Баллы за силуэт варьируются в диапазоне $[-1; 1]$. Чем выше оценка силуэта, тем лучше модель. Оценка силуэта измеряет расстояние между всеми точками данных в одном кластере. Чем меньше это расстояние, тем лучше оценка силуэта. Он также измеряет расстояние между объектом и точками данных в ближайшем кластере. Чем выше это расстояние, тем лучше. Оценка силуэта ближе к единице указывает на хорошую производительность кластеризации, а оценка силуэта ближе к минус единице указывает на плохую модель кластеризации [67; 90].

4) Расчет оценки силуэта только что построенной модели [114]:

```
# First, build a model with 4 clusters
kmeans = KMeans(n_clusters = 4, init='k-means++')
kmeans.fit(newdf)
# Now, print the silhouette score of this model
print(silhouette_score(newdf, kmeans.labels_, metric='euclidean'))
```

Оценка силуэта этой модели составляет 0,30718019724880574. Это неплохая модель, но можно улучшить ситуацию и попытаться добиться большего разделения кластеров [67; 90].

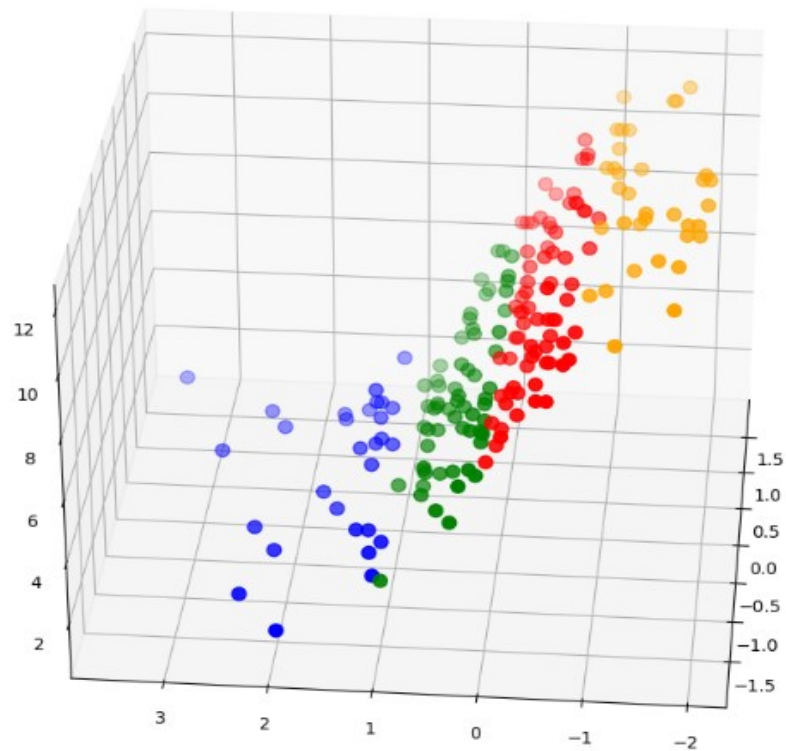
5) Визуализация построенных кластеров для получения представления о том, как работает модель, показана на рисунке В.2 [114]:

```
clusters = kmeans.fit_predict(df.iloc[:,1:])
newdf["label"] = clusters

fig = plt.figure(figsize=(21,10))
ax = fig.add_subplot(111, projection='3d')
ax.scatter(newdf.Age[newdf.label == 0], newdf["Income"][newdf.label == 0], df["Duration"][newdf.label == 0], c='red', s=60)
ax.scatter(newdf.Age[newdf.label == 1], newdf["Income"][newdf.label == 1], df["Duration"][newdf.label == 1], c='blue', s=60)
ax.scatter(newdf.Age[newdf.label == 2], newdf["Income"][newdf.label == 2], df["Duration"][newdf.label == 2], c='green', s=60)
ax.scatter(newdf.Age[newdf.label == 3], newdf["Income"][newdf.label == 3], df["Duration"][newdf.label == 3], c='orange', s=60)

ax.view_init(30, 185)
plt.show()
```

Вывод приведенного выше кода следующий. На рисунке В.2 видно, что кластеры плотно друг к другу соприкасаются, но не пересекаются. С учетом оценки силуэта можно сделать вывод, что данная модель рабочая и применима на практике [67; 90].



Источник: [67]

Рисунок В.2 – Модель кластеризации четырех кластеров

6) Анализ главных компонент [114]:

Анализ главных компонент (далее – PCA) – это метод, который помогает уменьшить размер набора данных. При запуске PCA для фрейма данных создаются новые компоненты. Эти компоненты объясняют максимальную дисперсию модели [67; 90].

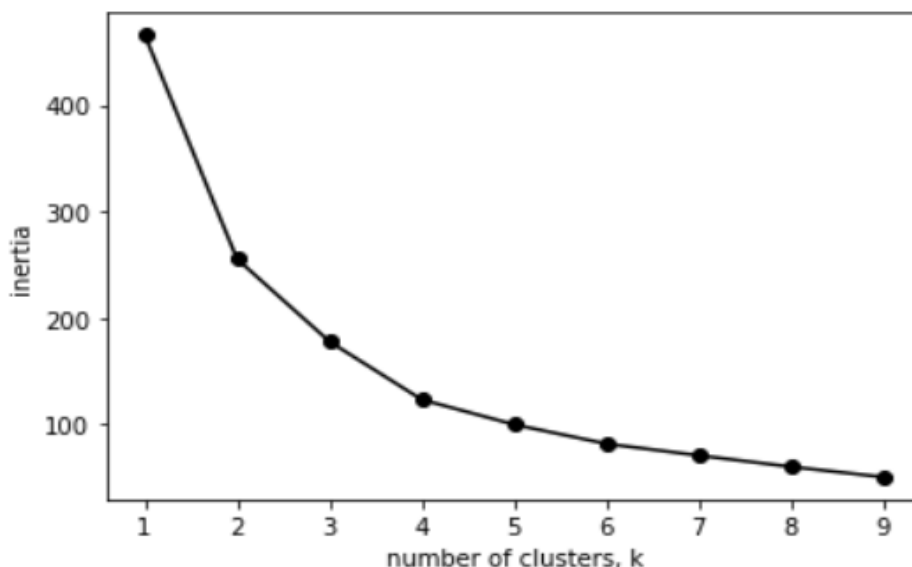
```
pca = PCA(n_components=4)
principalComponents = pca.fit_transform(newdf)
features = range(pca.n_components_)
plt.bar(features, pca.explained_variance_ratio_, color='black')
plt.xlabel('PCA features')
plt.ylabel('variance %')
plt.xticks(features)
PCA_components = pd.DataFrame(principalComponents)
```

7) Строим модель с первыми двумя основными компонентами PCA и определим количество используемых кластеров [114]:

```
ks = range(1, 10)
inertias = []
for k in ks:
    model = KMeans(n_clusters=k)
    model.fit(PCA_components.iloc[:, :2])
    inertias.append(model.inertia_)
plt.plot(ks, inertias, '-o', color='black')
```

```
plt.xlabel('number of clusters, k')
plt.ylabel('inertia')
plt.xticks(ks)
plt.show()
```

Приведенный выше код отобразит диаграмму, представленную на рисунке В.3. Оценка силуэта этой модели составляет 0,6345827985972338, что лучше, чем у предыдущей созданной модели [67; 90].



Источник: [67]

Рисунок В.3 – Визуализация производительности модели

8) Визуализация построенных кластеров, чтобы получить представление о том, как работает модель [114]:

```
model = KMeans(n_clusters=4)

clusters = model.fit_predict(PCA_components.iloc[:, :3])
newdf["label"] = clusters

fig = plt.figure(figsize=(21,10))
ax = fig.add_subplot(111, projection='3d')
ax.scatter(newdf.Age[newdf.label == 0], newdf["Income"][newdf.label == 0],
newdf["Duration"][newdf.label == 0], c='blue', s=60)
ax.scatter(newdf.Age[newdf.label == 1], newdf["Income"][newdf.label == 1],
newdf["Duration"][newdf.label == 1], c='red', s=60)
ax.scatter(newdf.Age[newdf.label == 2], newdf["Income"][newdf.label == 2],
newdf["Duration"][newdf.label == 2], c='green', s=60)

ax.scatter(newdf.Age[newdf.label == 3], newdf["Income"][newdf.label == 3],
newdf["Duration"][newdf.label == 3], c='orange', s=60)

ax.view_init(30, 185)
plt.show()
```

9) Построение кластеров закончено, далее необходимо провести кластерный анализ, интерпретируя результаты и изучив сегменты клиентов [67].