

УДК 338.2

Ю.С. Петрова, Е.Е. Харламова, И.Ф. Рзаева

Волгоградский государственный технический университет, г. Волгоград,
email: petrova.julia555@yandex.ru, sikaterina@mail.ru, rzaeva-i@mail.ru

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВЫХ ЭКОСИСТЕМ В ФИНАНСОВОЙ СФЕРЕ

Ключевые слова: экосистема, цифровизация, финтех, финансовые услуги, банки.

В статье рассматривается подробная история развития цифровых экосистем, начиная с момента, когда банки только начали внедрять цифровые технологии в свою деятельность и, когда столкнулись с необходимостью автоматизировать ручные процессы до момента, когда всё многообразие сервисов и приложений трансформировалось в единую экосистему. Определена цель создания экосистем, которая заключается в том, чтобы стремиться обеспечить потенциальных клиентов персонализированным набором продуктов, а затем предоставлять им комфортные и удобные способы приобретения и использования финансовых услуг. Приведены известные экосистемы коммерческих банков: ПАО «Сбербанк России» и АО «Тинькофф Банк». Проанализированы главные преимущественные позиции построения и использования экосистем для банков, например, такие как: привлечение новых клиентов, снижение издержек, адаптация линейки продуктов под запросы клиентов и др.

Y.S. Petrova, E.E. Kharlamova, I.F. Rzaeva

Volgograd State Technical University, Volgograd, email: petrova.julia555@yandex.ru,
sikaterina@mail.ru, rzaeva-i@mail.ru

CURRENT TRENDS OF THE DIGITAL ECOSYSTEM IN THE FINANCIAL SPHERE

Keywords: ecosystem, digitalization, fintech, financial services, banks.

The article examines the detailed history of the development of digital ecosystems, starting from the moment when banks only began to introduce digital technologies into their activities and when faced with the need to automate manual processes until the moment when all the variety of services and applications transformed into a single ecosystem. The goal of creating ecosystems has been defined, which is to strive to provide potential customers with a personalized set of products, and then provide them with comfortable and convenient ways to purchase and use financial services. The well-known ecosystems of commercial banks are considered: PJSC Sberbank of Russia and JSC Tinkoff Bank. The main advantageous positions of building and using ecosystems for banks are given, for example, such as: attracting new customers, reducing costs, adapting the product line to customer requests, etc.

В настоящее время банковскую сферу уже совершенно невозможно представить без информационных систем, поскольку эти два понятия стали целостными и неделимыми. Ведь на сегодняшний день для людей оформление карты, покупка продуктов, запись к врачу – кажется очень эффективным и оперативным решением, потому как технологическая инновация – гаджет, имеется практически у всех, что, несомненно, упрощает жизнь людей.

Отметим, что банки проделали крайне долгий путь от бумажной рутины и офлайн-офисов до финансовой экосистемы с множеством сервисов. На современном этапе банки активно исследуют и занимаются процессом внедрения но-

вых финансовых технологий в свою деятельность. По уровню проникновения финансовых технологий Россия занимает третье место с процентным показателем в 82%, что свидетельствует о том, что Россия является мировым лидером по внедрению финансовых услуг. В финансовой сфере с приходом технологий и инновационных решений привело к появлению новых игроков на рынке, что значительно изменило взаимоотношения между ними, и, как следствие, обострило конкуренцию. Построение взаимоотношений между основными игроками в финансовой сфере зачастую соотносят с термином «экосистема».

Заметим, что цифровые экосистемы охватили не только банковскую сферу,

но и отлично смогли влиться в бытовую сферу, а также в сферу коммуникации потребителей.

Цель исследования

Целью исследования является анализ современных тенденций развития цифровых экосистем в финансовой сфере.

Материал и методы исследования

Методологической основой статьи послужил следующий инструментарий исследования: методы наблюдения, анализа и синтеза, дедукции, систематизации, методы группировки, сравнения и др. Методика исследования базировалась на сборе, обработке массива данных, формулировке соответствующих выводов, их обосновании.

Банки России начали использовать цифровые технологии в начале 90-х годов. Стало, несомненно, понятно, что сотрудникам с накопившимся архивом данных в бумажном виде стало трудно работать. К концу 90-х годов появились централизованные серверы для хранения информации и автоматизированные банковские системы для выполнения внутренних расчётов. Если опираться на статью [6, с. 2], следует отметить, что банки начинали усовершенствовать коммуникации между офисами и постепенно стали масштабироваться. В 2000-х рынок перешёл в интернет. Началась эпоха онлайн-сервисов и «цифровых» денег, как говорилось в электронном ресурсе [4]. Курс развития изменился около пяти лет назад, когда банки начали объединять сервисы в экосистемы. Финансовые экосистемы поначалу предлагали клиентам только сопутствующие финансовые услуги, затем вышли на потребительский рынок и закрыли практически все запросы пользователя.

1 этап – Автоматизация ручного труда

Банки начали внедрять цифровые технологии, когда впервые столкнулись с необходимостью автоматизировать ручные процессы. Операции по расчётам, а также балансы и счета были перенесены с бумаги в компьютерные программы. Перед банками стояла крайне сложная задача – совершенно с нуля создать надёжную и удобную систему для

хранения и обработки данных. Для финансовых технологий стало возможным выполнять ежедневные расчёты и сводить отчёты в автоматическом режиме. Все возможные возникающие операционные риски инструменты автоматизации смогли свести к минимуму, например, сократили число ошибок, которые совершают сотрудники, а также ускорили движение денег.

2 этап – Распределённые информационные базы данных

В конце 1990-х развивались банковские вычислительные сети: данные стали передавать на расстояния, а станции объединяли в единое пространство. Появились специальные серверы для хранения больших массивов информации. Добавим, что сразу несколько менеджеров могли работать с данными все сразу одновременно, поскольку изменились и компьютерные программы. Банкам стало намного проще функционировать, взаимодействовать и обмениваться информацией между отделениями и региональными филиалами. Это помогло быстрее масштабировать бизнес.

3 этап – Трансформация отрасли

На данном этапе произошло резкое изменение бизнеса, а именно: банки начали осваивать интернет-пространство, затем рынок финуслуг постепенно направлялся в онлайн, а к 2005 году все основные ведущие банки создали свои первые сайты.

4 этап – Сайты

Тем временем между банками началась самая настоящая гонка – соревнование, ведь каждому нужен был сайт. В банках создавались спецподразделения, которые занимались сайтом и его контентом. Нельзя сказать, что сервис сразу был клиентоориентированным, т. е. был период, когда в интернете практически невозможно было найти сайт нужного банка или же на нём не было нужной информации, тогда для этого необходимо было идти непосредственно в отделение [8, с. 346].

5 этап – сервисы – B2B

Когда интернет стал доступен жителям отдалённых регионов России, от-

крылся новый сегмент потенциальных клиентов. Стали популярными системы «Банк-клиент», которые позволяли в реальном времени посмотреть баланс или же перевести деньги. Это были некие приложения, которые устанавливались специально на компьютер пользователя и обменивались данными с сервером.

6 этап – Онлайн-сервисы для B2C

В сегменте B2C цифровизация также вышла на новый уровень. По сути, на сайтах начали появляться личные кабинеты, в которых розничные клиенты могли оплачивать счета за коммунальные услуги или мобильную связь, даже получать выписки. Затем вышли первые приложения банков. Функциональность была невысокой, но больше не нужно было искать банкомат для того, чтобы следить за своими тратами или просто пополнить карту. Это стало значительным конкурентным преимуществом.

7 этап – Развитие экосистем

Данный этап преобразовал всё многообразие сервисов и приложений в единую экосистему. На пути к покупке, клиенту необходимо каждый раз авторизовываться в отдельном сервисе банка [2, с. 394], то есть, заново вводить логин и пароль, а это чрезвычайно неудобно для людей.

Таким образом, на основании выше проанализированной истории развития, банки на сегодняшний день активно развивают цифровые экосистемы, которые позволяют выбирать и покупать необходимые продукты в нужном объеме для клиентов.

Результаты исследования и их обсуждение

По мнению авторов данной статьи, цифровые экосистемы в финансовой сфере представляют собой некий комплексный проект, состоящий из собственных и партнерских сервисов компании, которые взаимодействуют друг с другом. На наш взгляд, банки, внедряющие цифровые экосистемы в свою деятельность, будут более конкурентоспособными и смогут быстрее улавливать все новые и новые аспекты цифровизации и тем самым совершенствовать способы обслуживания клиентов.

Если же обратиться к авторам, которые также поднимают вопрос о цифровых экосистемах, то в статье Косаревой В.Е. «Экосистема как новая модель развития банка» было отмечено, что цифровая экосистема в первую очередь стремится обеспечить потенциальным клиентам персонализированный набор продуктов [5, с. 58], а затем уже предоставляет им комфортные способы приобретения и использования (рис. 1).

Авторы Акаткин Ю.М., Карпов О.Э., Коняевский В. А., Ясиновская Е.Д. говорили [1, с. 18], что «удобство потребления предлагаемых продуктов – это главная и основная задача экосистем», которая позволяет экономить время, что является немаловажным критерием для клиентов.

Отметим из рисунка 1, что современная тенденция российского рынка – это формирование экосистем вокруг финансовой организации, что итак понятно, ведь финансовые компании обладают значительным объемом данных и ресурсов, для создания и развития экосистемы.

Экосистема «Сбербанка»

Первым о создании экосистемы заговорил ПАО «Сбербанк России» [9], [12]. Одним из его приоритетных направлений развития является технологическая трансформация финансового бизнеса, путем создания новой платформы и перевода на неё всего бизнеса. Сама технологическая платформа нацелена на повышение эффективности процессов и оперативности вывода на рынок новейших продуктов. Для того чтобы сохранять долгосрочную конкурентоспособность, необходимо расширять предложение по дополнительным сервисам, например, в сфере досуга, здоровья, бизнеса, шопинга и др. Это поможет предоставлять клиенту комплексные продукты и новые решения, повышать уровень удовлетворенности сервисом и поддерживать его на высоком уровне. Необходимо сказать, что одна часть экосистемы «Сбербанка» – это дочерние предприятия, другая часть – это независимые компании, с которыми заключены партнерские соглашения (табл.1).

Рассмотреть основные финансовые и нефинансовые направления развития экосистемы коммерческого банка можно в табл. 1.

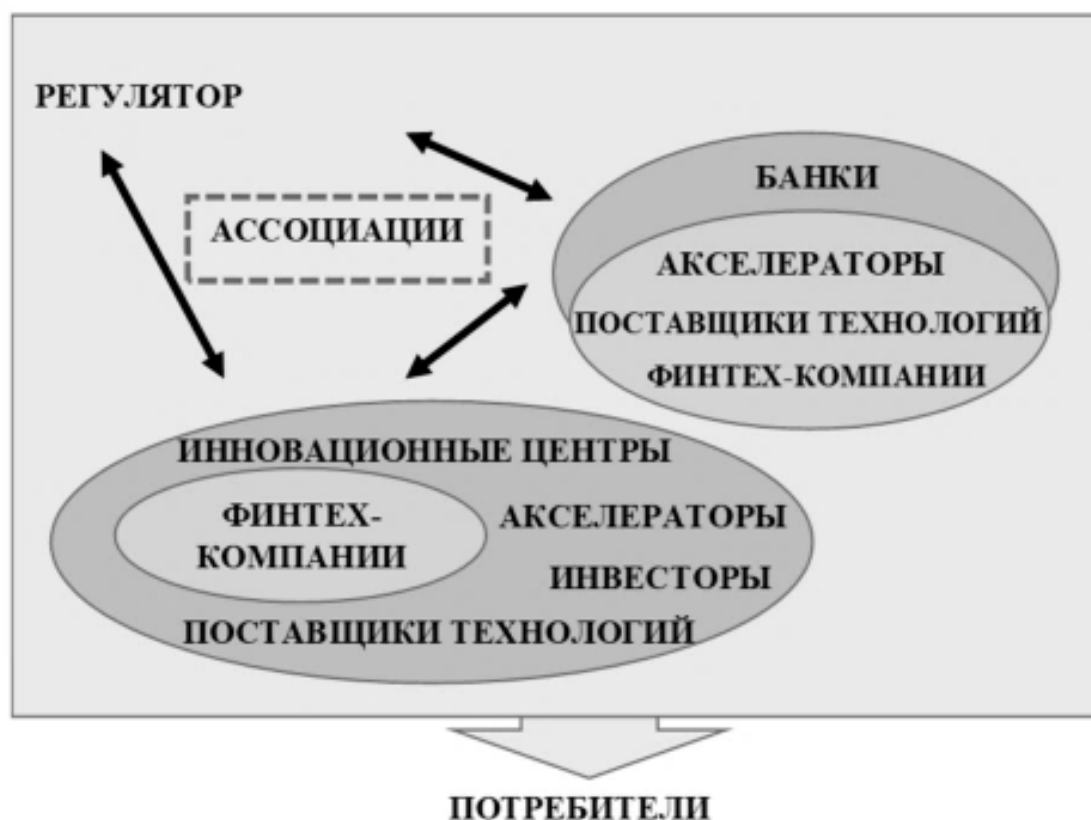


Рис. 1. Цифровая экосистема российского рынка [6]

Таблица 1

Направления экосистемы ПАО «Сбербанк России» [13]

Направление	Проекты и дочерние структуры
Финансы	Портал недвижимости «ДомКлик», интернет-кошелек «Яндекс Деньги», сервис сотовой связи «СБЕРМобайл», онлайн-рекрутмент «Работа. ру», сервис доставки посылок и грузов «Сбер Логистика»
Здоровье	Сервис онлайн-консультации с врачом «DocDoc»
Бизнес	Облачная платформа «SberCloud», облачные сервисы автоматизации B2B-процессов, рекламная платформа «Segmento», платформа знаний и сервисов для бизнеса «Деловая среда» и т.д.
Досуг	Онлайн-кинотеатр «Okko», сервис по выбору ресторана «SberFood», портал о городских развлечениях «Афиша», новостной портал «Lenta.ru», сервис доставки еды «Delivery Club», сервис такси «Ситимобил», сервис по доставке продуктов «Сбермаркет»
Шопинг	Онлайн-маркетплейс «Беру!», программа привилегий «Спасибо от Сбербанка», сервис онлайн-шоппинга «Яндекс Маркет»

Таким образом, исходя из таблицы 1, становится совершенно очевидно, что при помощи экосистемы Сбербанка, можно удовлетворять все необходимые человеческие потребности и решать любые возникающие

вопросы, ведь цифровая экосистема данного коммерческого банка состоит в основном из тех сервисов, которые пользуются спросом каждый день, как отмечалось в статье Быкановой Н. И. [3, с. 91].

Таблица 2

Направления экосистемы АО «Тинькофф Банк» [10]

Направление	Проекты и дочерние структуры
Финансы	Тинькофф Брокер, приложение CloudTrips позволяет принимать чаевые, MoneyTalk – мессенджер, который умеет переводить деньги, Тинькофф Недвижимость, Технология Tinkoff VoiceKit – речевая технология (возможность совершать переводы, покупать билеты в кино, управлять картами в экосистеме банка), Тинькофф Инвестиции
Бизнес	Тинькофф Страхование, Тинькофф Мобайл
Досуг	Кассир. ру
Шоппинг	Мобильное приложение «Тинькофф АЗС», позволяющее платить за топливо со смартфона

Экосистема «Тинькофф»

Для удовлетворения потребностей клиентов, а, соответственно, упрощения их жизни, экосистемы производят и другие коммерческие банки, например, такой как – «Тинькофф» [11]. Экосистему «Тинькофф» можно увидеть в таблице ниже (табл. 2).

Таким образом, необходимо также отметить, что в экосистему «Тинькофф» входят исключительно самостоятельно разработанные сервисы, тогда как экосистема Сбербанк покупает долю в независимых разработчиках или же поглощает их. В свою очередь, АО «Тинькофф Банк» стремится предлагать только самые удобные и безопасные сервисы для упрощения жизни клиентов, что видно из таблицы 2.

Отметим, что в статье Пилюгина А. В. и Ерковича Е. А. [7, с. 422] говорилось о том, что в экосистемах коммерческих банков выстраиваются многосторонние отношения, между собой взаимодействуют не только банк и клиент, но и другие участники. Например, онлайн-сервисы для повседневной жизни и бизнеса сгруппированы по единому признаку. Так, в ПАО «Сбербанк» – это недвижимость, здоровье, еда, безопасность, транспорт, образование, связь, технологии, развлечения, медиа и сервисы для бизнеса. В АО «Тинькофф» – это инвестиции, страхование, связь, путешествия, развлечения, услуги для бизнеса. Среди главных преимущественных позиций построения и использования экосистем для банков можно представить следующие:

– привлечение новых клиентов;

– удержание действующих клиентов, а также создание доверительной среды для них;

– снижение издержек;
– своевременная адаптация линейки продуктов под запросы клиентов;
– сбор данных о финансовом поведении клиентов (например, любимые рестораны, магазины, отдых);
– увеличение объемов и скорости транзакций.

К рискам, поджидающие экосистемы в банковском секторе можно отнести следующие виды:

1. Снижение темпов для разработки и внедрения современных инноваций (такой риск подразумевает собой то, что крупные экосистемы менее мобильны по сравнению с другими компаниями, а это может существенно тормозить развитие самой компании);

2. Некое ограничение свободы выбора клиента (такой риск подчеркивает то, что отключение от программ лояльности при выходе из системы влияет на решения потенциальных и новых потребителей. Так как некоторые пользователи целенаправленно отказываются от услуг цифровых экосистем в банковской сфере, так как боятся, что не смогут выйти из нее, как только захочется);

3. Снижение доли индивидуального подхода (риск гласит о том, что, с одной стороны через экосистему о клиенте поступает большое количество персональных данных, а с другой – для компании каждый пользователь выглядит как набор цифровых данных. Сервис в конечном итоге в частности ориентирован

на среднестатистического потребителя, а не на отдельно взятого человека).

Таким образом, если даже компаниям удастся снизить влияние рисков, и они смогут сохранить свое конкурентное преимущество, однако это не дает гарантии на дальнейший рост бизнеса.

Но что же оказывает влияние на успешность экосистем в банковской сфере?

Успех цифровых экосистем в финансовой сфере зависит от некоторых факторов, приведенных ниже:

- созданные благоприятные условия со стороны Центрального банка России;
- тщательно продуманная стратегия;
- большое количество вовлеченных клиентов;
- широкая география;
- высокая ценность продукта для пользователей;
- отличное качество клиентского сервиса и т. д.

Однако стоит отметить немаловажный аспект, – нарушение любого из приведенных пунктов может привести к ослаблению, а то и вовсе к подрыву экосистемы в банковской сфере.

Говоря про будущее, хочется сказать, что цифровые экосистемы в финансовой сфере нацелены на формирование длительных и устойчивых взаимоотношений между банками и клиентами. Соответствующие услуги, предоставляемые банками, будут всегда стараться способствовать повышению удобства для потребителей. Если клиентов заинтересуют составляющие компоненты финансовой услуги, то, несомненно, это увеличит стремление воспользоваться и другими дополнительными услугами этого же банка. Именно по такому принципу и расширяется целевая аудитория пользователей.

Выводы

Таким образом, на основании всего изложенного выше, необходимо еще раз подчеркнуть, что цифровая экосистема – это комплекс сервисов, который позволяет пользователям получать различный ассортимент финансовых продуктов и услуг в рамках единого процесса интегрирования. Сама экосистема состоит из платформ, которые и отвечают за работу сервисов, входящих в нее. Соответственно, платформы уже доносят нужные услуги в онлайн-пространство.

Необходимо также добавить, что в ближайшем будущем жизнеспособными останутся те банки, которые вовремя смогут уловить процесс трансформации, переработать, а также усовершенствовать традиционные процедуры и способы обслуживания клиентов.

Ведь именно в конкурентной борьбе всегда выигрывают те банки, которые по максимуму применяют и используют современные финансовые технологии, поскольку чаще всего клиенты, поэтому и обращаются за использованием и совершенствованием специфических услуг банка, а банки в свою очередь могут выстоять в противостоянии.

Также отметим, что в нынешней непростой ситуации, экосистемы будут находиться в более выгодном положении, поскольку у банков ожидается снижение прибыли, а экосистемы в свою очередь имеют эффективную систему онлайн-обслуживания и возможность дистанционного оказания дополнительных нефинансовых услуг. Их потери от реорганизации деятельности в электронный формат будут вполне незначительны, по сравнению с классическими банками.

Библиографический список

1. Акаткин Ю.М., Карпов О.Э., Коняевский В.А., Ясиновская Е.Д. Цифровая экономика: концептуальная архитектура экосистемы финансовой отрасли // Бизнес-информатика. 2017. № 4 (42). С. 17-28.
2. Бубнова Ю.Б. Развитие экосистем – основной тренд трансформации банковского бизнеса // Известие Байкальского государственного университета. 2020. № 3. С. 394-401.
3. Быканова Н.И. Формирование экосистем банков в условиях цифровизации банковского пространства // Экономика. Информатика. 2020. № 47. С. 91-100.

4. В царстве экосистем выживут 3-4 банка // «Завтра облачно» Журнал об IT-бизнесе, технологиях и цифровой трансформации. [Электронный ресурс]. URL: <https://mcs.mail.ru/blog/v-carstve-ehkosistem-vyzhivut-3-4-banka> (дата обращения: 17.11.2022).
5. Косарева В.Е., Иараджули Г.М. Экосистема как новая модель развития банка // Финансовые рынки и банки. 2020. № 1. С. 58-62.
6. Клейнер Г.Б., Рыбачук М.А., Карпинская В.А. Развитие экосистем в финансовом секторе России // Управление. 2020. № 4. С. 2-15.
7. Пилюгина А.В., Еркович Е.А. О подходах к проектированию экосистемы цифровых финансовых услуг // Управление развитием крупномасштабных систем. М.: Институт проблем управления им. В. А. Трапезникова РАН. 2018. С. 422-424.
8. Петрова Ю.С., Харламова Е.Е., Земцова В.С. Перспективы развития современных финансовых технологий в банковской сфере // Управленческий учет. 2022. № 6. С. 346-354.
9. Сбербанк. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sberbank.com/ru/investor-relations/reports-and-publications/ras> (дата обращения: 18.11.2022).
10. Сазонов С.П., Харламова Е.Е., Езангина И.А., Чеховская И.А., Цыганкова В.Н., Чунаков А.И. Финансовое обеспечение инновационной деятельности: организационно-управленческий и институциональный аспект // Университетская книга. Курск, 2020. 185 с.
11. Финансовый пульс. [Электронный ресурс]. URL: http://www.cbr.ru/collection/collection/file/27779/finpuls_1_03042020.pdf (дата обращения: 17.11.2022).
12. Формирование экосистемы. [Электронный ресурс]. URL: <https://2017.report-sberbank.ru/ru/performance-overview/best-customerexperience/business-ecosystem#ecosystem-for-business> (дата обращения: 17.11.2022).
13. Харламова Е.Е., Воротилова О.А., Езангина И.А., Ломакин Н.И., Полянская А.А., Сазонов С.П., Чеховская И.А., Чунаков А.И. Институты развития социально-экономических систем в условиях цифровой экономики // Университетская книга. Курск, 2019. 188 с.