

УДК 336.71

## К ВОПРОСУ О ПЕРСПЕКТИВАХ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННЫХ БАНКОВСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОБСЛУЖИВАНИИ КОРПОРАТИВНЫХ КЛИЕНТОВ

**Корсунова Н.Н.**

*ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)», Ростов-на-Дону,  
e-mail: nadegdacorsunova2@gmail.com*

На современном этапе актуальность развития банками инновационных технологий в обслуживании корпоративных клиентов стала существенно возрастать. В условиях развития цифровизации банки работают над созданием новых видов банковских технологий, которые способны обеспечить качественно новый уровень обслуживания корпоративных клиентов. В этой связи особенно актуальным является исследование возможностей разработки инновационных технологий в обслуживании корпоративных клиентов. Основными предпосылками разработки инновационных банковских технологий для обслуживания корпоративных клиентов являются: индивидуальный подход к корпоративному клиенту, развитие информационных и коммуникационных технологий, интернет-маркетинг, активное внедрение системы самообслуживания, применение биометрических систем и методов аутентификации, технологии в области автоматизации системы обслуживания. Важным направлением развития деятельности банков является маркетинг рынка инноваций и интернет-маркетинг, позволяющие сделать прогноз соответствующих сегментов рынка. Роль инновационных банковских технологий в системе обслуживания корпоративных клиентов состоит в том, чтобы удовлетворять указанные выше потребности и развивать инновационный банковский процесс. На сегодняшний день инновационный банковский процесс предполагает наличие четко выработанной стратегии банка по созданию инновационных банковских технологий в обслуживании корпоративных клиентов с учетом поставленных целей и задач. Следовательно, создание и развитие банковских инновационных технологий в обслуживании корпоративных клиентов представляет собой сложный процесс. В его основе лежит использование банков определенных моделей поведения с учетом поставленных стратегических решений банка. В условиях цифровизации банки активно проводят работу по развитию системы банковского обслуживания корпоративных клиентов, в том числе и в области предоставления новых банковских продуктов.

**Ключевые слова:** инновационные банковские технологии, корпоративные клиенты, бизнес-модели, системные требования, трансформационная модель

## ON THE PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF INNOVATIVE BANKING TECHNOLOGIES IN THE SERVICE OF CORPORATE CLIENTS

**Korsunova N.N.**

*Rostov State Economic University (RINH), Rostov-on-Don, e-mail: nadegdacorsunova2@gmail.com*

At the present stage, the relevance of the development of innovative technologies by banks in the service of corporate clients began to increase significantly. In the conditions of digitalization development, banks are working on the creation of new types of banking technologies that can provide a qualitatively new level of service to corporate clients. In this regard, it is particularly relevant to study the possibilities of developing innovative technologies in the service of corporate clients. The main prerequisites for the development of innovative banking technologies for corporate clients are: individual approach to the corporate client, the development of information and communication technologies, Internet marketing, active implementation of self-service systems, the use of biometric systems and methods of authentication, technologies in the field of automation of the service system. An important area of development of banks is the marketing of the innovation market and Internet marketing, allowing to make a forecast of the relevant market segments. The role of innovative banking technologies in the system of corporate customer service is to meet the above needs and develop an innovative banking process. To date, the innovative banking process involves a well-developed strategy of the Bank to create innovative banking technologies in the service of corporate clients, taking into account the goals and objectives. Therefore, the creation and development of innovative banking technologies in the service of corporate clients is a complex process. It is based on the use of banks of certain behaviors, taking into account the strategic decisions of the Bank. In the conditions of digitalization, banks are actively engaged in the development of banking services for corporate clients, including in the provision of new banking products.

**Keywords:** innovative banking technologies, corporate clients, business models, system requirements, transformational model

Развитие банков на современном этапе осуществляется в условиях развития инновационных технологий. В связи с этим банкам необходимо разрабатывать инновационные технологии в обслуживании корпоративных клиентов. Цель статьи заключается в разработке теоретических положений и практических рекомендаций, направленных на разви-

тие инновационных банковских технологий в обслуживании корпоративных клиентов. Методология исследования основывается на теоретических аспектах развития инновационных банковских технологий в обслуживании корпоративных клиентов. В качестве методов исследования использовались анализ, синтез, обобщение.

Развитие банковских технологий в области обслуживания корпоративных клиентов неразрывно связано с наличием определенной банковской бизнес-модели.

На первом этапе производится разработка единых стандартов для сбора и хранения данных. На втором этапе осуществляется создание единых стандартов моделирования, соответствующих поставленным задачам. На третьем этапе производится детализация процесса оценки значимости моделей и их совершенствование. Далее идет разработка стандартов внедрения с учетом полученных результатов валидации и последующая их корректировка. На пятом этапе осуществляется автоматизированный и стандартный мониторинг моделей. На заключительном этапе производится регулярная валидация, направленная на контроль за модельным риском [1, с. 118].

Можно выделить три модели управления банковскими данными (рис. 2).

Централизованная модель обеспечивает управление данными всех бизнес-подразделений. Центру управления данными принадлежит весь комплекс данных, а также компоненты их архитектуры.

В рамках федеративной модели производится управление данными по принципу двойной подотчетности. Владение данными и их архитектурой распределено между центром и их структурными подразделениями. Децентрализованная модель предполагает, что каждое бизнес-подразделение имеет свою собственную организацию в области управления данными. Центральная система корпоративных данных отсутствует или имеет минимальный набор функций. Цифровая операционная модель применяется в банках, которые находятся на завершающих этапах цифровой трансформации [2, с. 42].

Каждая модель имеет свой срок использования. В этом случае требуется актуализация модели. К основным причинам актуализации модели можно отнести: макроэкономические факторы, изменение в бизнес-процессах, усиление конкуренции.

Любое решение в сфере создания инноваций в банковском обслуживании корпоративных должно быть поддержано имеющимся информационно-технологическим окружением на основе определенных системных требований (рис. 3).

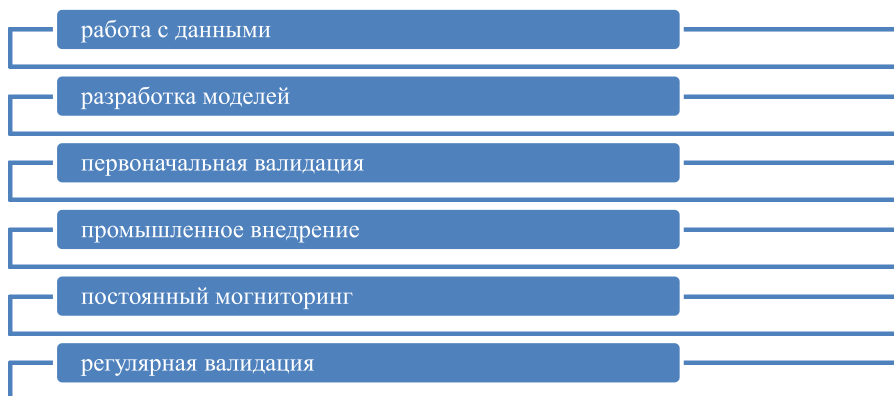


Рис. 1. Жизненный цикл банковских бизнес-моделей [1, с. 118]



Рис. 2. Модели управления банковскими данными в условиях развития банковских инноваций [2; с. 42]

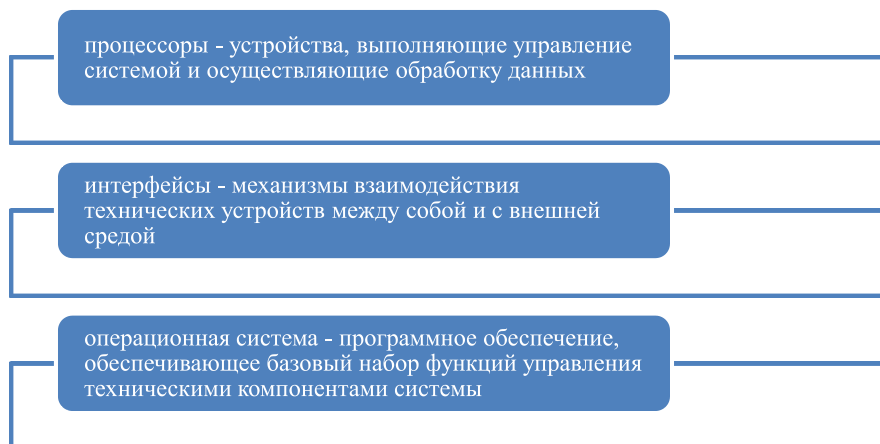


Рис. 3. Технические параметры системных требований банка [3, с. 327–333]

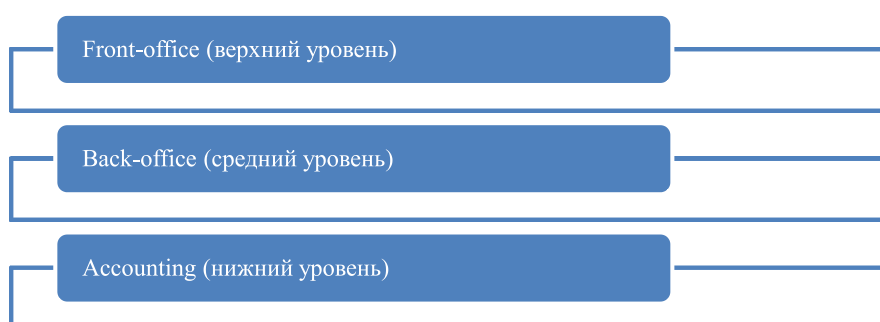


Рис. 4. Подсистемы автоматизированной банковской системы [5]

В результате увеличения объемов информации и количества одновременно выполняемых процессов технические требования выходят за рамки одного устройства и приводят к созданию распределенной системы [4, с. 46–47].

Сферу банковской автоматизации можно разделить на две большие области: электронную платежную систему, которая обеспечивает пересылку и исполнение платежей; автоматизированную банковскую систему, реализующую внутрибанковские функции и бухгалтерские операции.

Автоматизированная банковская система содержит три подсистемы (рис. 4).

Front-office (верхний уровень) обеспечивает взаимодействие банка с внешними источниками. С его помощью осуществляется ввод первичной информации, взаимодействие банка с корпоративными клиентами, другими банками, биржами, ЦБ. Back-office обеспечивает работу общепанковской и общехозяйственной деятельности. К подсистеме относится работа с кредитами. Accounting осуществляет ра-

боту банка в рамках проведения бухгалтерского учета [5].

В основе жизненного цикла инновационной технологии лежит предпроектное обследование идеи создания и само проектирование. Затем производится разработка инновационной банковской технологии и вывод на банковский рынок, где она предоставляется корпоративным клиентам [6, с. 1242].

Для оценки перспективы создания инновационных банковских технологий по предоставлению новых банковских услуг для корпоративных клиентов можно предложить трансформационную модель. В основе ее создания лежат направления инновационного менеджмента, которые носят стратегический характер. В ее состав входят несколько системообразующих подходов. Эффективность инновационных банковских технологий оценивается от 1 до 5 на основе соответствия поставленных целей и задача банка, отраженных в блоках модели и в соответствующих подходах, их исполнению (рис. 5).

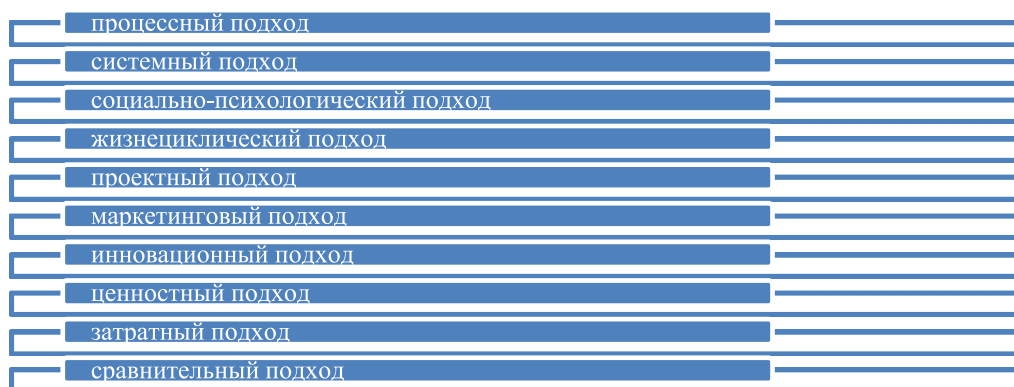


Рис. 5. Подходы трансформационной модели в области создания новых банковских продуктов для корпоративных клиентов [7, с. 115–121]

Блоки трансформационной модели [8, с. 38–39]

Номер блока	Название блока	Характеристика	Оценка
1	Стратегический	Определяет основные направления работы в области создания инноваций в банковском обслуживании корпоративных клиентов	1–5
	Наличие программы лояльности	Широкий комплекс мер, который позволяет работать как с теми клиентами, которых идентифицировали посредством карты или посредством работы с ними через интернет, так и работать с неидентифицированным блоком клиентов и расширять свое поле деятельности и клиентскую базу	
	Методы оценки уровня лояльности: RFM-анализ	Это сегментация клиентов в анализе сбыта по лояльности	
2	Управленческий	Обеспечивает эффективность принятия решения в области создания и развития инноваций в банковском обслуживании корпоративных клиентов	1–5
	Экспертные методы прогнозирования	Первый метод из них – это экспертное прогнозирование. В рамках этого подхода можно выделить два основных метода: это мнение группы руководителей и специалистов банка. Вторая группа, второй подход – это аналитическое прогнозирование	
	Определение характеристики маркетинговых каналов	При помощи маркетинговых каналов происходит взаимосвязь банков и корпоративных клиентов посредством предоставления новых банковских продуктов	
3	Организационный	Принятие решений в области организации процесса по созданию инноваций в банковском обслуживании корпоративных клиентов	
	Стратегии инструментов маркетинга и логистики в каналах	Хорошо дополняют функциональные стратегии дистрибуции и обеспечивают конкурентное преимущество	
	Формирование маркетинговых каналов	Является естественным продолжением вопросов дизайна, разработки маркетинговых каналов и сводится к выбору типа и уровня канала	
	Анализ конкурентных преимуществ	Позволяет выделить ценность инновации в банковском обслуживании корпоративных клиентов	
4	Структурный	Используется для автоматизации банковских процессов	
	Анализ инновационного потенциала банка	Позволяет определить степень готовности банка к созданию и внедрению инноваций	
	Анализ стратегических решений маркетинговой логистики	Опирается, с одной стороны, на логистическую стратегию, если она в компании существует и если она принята к рассмотрению и использованию, а с другой стороны, опирается на логику развития маркетинговых каналов, которые диктуют основные стратегические решения и способствуют тому, чтобы эти решения строго доводились до каждого конкретного исполнителя	

В рамках процессного подхода производится анализ различных факторов, которые могут оказать воздействие на процесс создания инновационных технологий для предоставления новых банковских услуг. В основе данного процесса лежат гибкость и непрерывность управления и взаимосвязь его методов. Системный подход предполагает выделение из системы научно-технологической и человеческой составляющей. Данный подход предполагает повышение эффективности управленческих решений, применение обоснованных решений. Социально-психологический подход предполагает исследование групповой (поведенческой) динамики среди опрошенных корпоративных клиентов и сотрудников банков относительно создания инновационных технологий, мотивацию сотрудников. С помощью данного подхода производится расстановка кадров с учетом эффективности и производительности труда. Жизнециклический подход предполагает изучение стадий жизненного цикла инновационных технологий. В рамках жизнециклического подхода производится принятие четких и оптимальных решений, возможности разработки эффективной стратегии банка в области создания данных технологий и эффективности предоставления новой банковской услуги. Маркетинговый подход основан на стратегиях инновационного маркетинга. Данный подход предполагает комплексное исследование банковского рынка. Также маркетинговый подход предполагает разработку коммерческими банками технологических новшеств, направленных на запросы и потребности корпоративных клиентов. Ценностный подход предполагает значимость инновационной технологии для банка и клиента. Затратный и сравнительный подходы дают возможность оценить выгоду от введения инновационной технологии, а также сравнить структуру затрат с другими банками, которые ранее внедряли похожие технологии [7, с. 115–121]. Также трансформационная модель содержит 4 блока: стратегический, управленческий, организационный, структурный.

Каждый из блоков данной модели отражает последовательность действий, направленных на создание инновационных

технологий в банковском обслуживании корпоративных клиентов.

### Выводы

Таким образом, развитие банковских технологий в обслуживании корпоративных клиентов зависит от жизненного цикла банковских бизнес-моделей, который представляет собой последовательность этапов деятельности банка по сбору и хранению данных, а также их защиты от рисков. Существует три модели управления банковскими данными: федеративная, централизованная и децентрализованная. Каждая из этих моделей имеет свою структуру в управлении данными банка. Развитие банковских технологий в обслуживании корпоративных клиентов основано на основе системных требований. В качестве оценки перспектив создания инновационных банковских технологий в обслуживании корпоративных клиентов можно предложить трансформационную модель. Данная модель содержит ряд блоков и подходов, направленных на развитие банковских технологий.

### Список литературы

1. Рыков С.В. Основы разработки и внедрения инноваций коммерческим банком // Территория науки. 2016. № 3. С. 118.
2. Кошечев В.А., Цветков Ю.А. Цифровая трансформация банковского сектора // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. 2018. № 4 (38). С. 42.
3. Понкратова А.В. Особенности автоматизации банковских систем // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2017. Т. 4. С. 327–333. [Электронный ресурс]. URL: <http://e-koncept.ru/2017/770354.htm> (дата обращения: 29.11.2019).
4. Жипа А.В. Задача оптимизации размещения данных в распределённых системах // Вестник РУДН. Серия Математика. Информатика. Физика. 2015. № 2. С. 46–47.
5. Никитищенко Н.И. Построение автоматизированных банковских систем // Студенческий: электрон. научн. журн. 2018. № 22 (42). [Электронный ресурс]. URL: <https://sibac.info/journal/student/42/122100> (дата обращения: 29.11.2019).
6. Корсунова Н.Н. Создание новых банковских продуктов для корпоративных клиентов в условиях цифровой экономики // Экономика и предпринимательство. 2019. № 6. С. 1242.
7. Ивасенко А.Г., Никонова Я.И., Сизова А.О. Инновационный менеджмент. М.: Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», 2016. 553 с.
8. Пипко Е.Г. Стратегический маркетинг как элемент стратегического управления // Humanitarian Balkan Research. 2017. № 1. С. 38–39.