ПРОБЛЕМЫ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА ПРИ ПЕРЕХОДЕ К ЦИФРОВОМУ БАНКИНГУ

Кудиш А. С.,
магистрант, ФГБОУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве РФ»

Научный руководитель:

Борисова О. В.

Кандидат экон. наук, доцент Департамента «Корпоративные финансы и корпоративное управление ФГБОУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве РФ»

Аннотация. В статье исследуются основные проблемы банковского сектора, связанные с развитием современных технологий и цифрового банкинга. В результате выявляются основные направления, развитие которых существенно повлияет на стратегические перспективы развития бизнеса в этом сегменте и позволит найти свою нишу в условиях жесткой конкуренции.

Ключевые слова: Big Data, Smart Data, AI в цифровом банкинге, развитие банков, современные технологии.

PROBLEMS OF THE BANKING SECTOR IN THE TRANSITION TO DIGITAL BANKING

Kudichs A. S.,
Financial University under the Government of the Russian Federation

Scientific director:

Borisova O. V.

Candidate of Economics, Associate Professor, Financial University under the Government of the Russian Federation

Abstract. The article examines the main problems of the banking sector related to the development of modern technologies and digital banking. As a result, the main areas are identified, the development of which will significantly affect the strategic prospects for business development in this segment and will allow you to find your niche in a highly competitive environment.

Keywords: Big Data, Smart Data, AI in digital banking, development of banks, modern technology.

Сегодня некоторые аналитики считают, что данные – это нефть 21 века. Однако многие традиционные банки не используют свои данные в полной мере, так как их ИТ-системы не готовы активно применять современные технологии. Упор на развитие данного направления делают только цифровые банки. Они с помощью современных технологий пытаются оптимизировать и повысить эффективность бизнеса. Грамотное построение инфраструктуры данных и использование современных технологий позволяет цифровым банкам, например Simple или Revolut, быстро выйти на рынок и завоевать его долю.

Проведенный автором анализ показал, что в настоящее время, оказывая услуги клиентам, банки сталкиваются с рядом проблем, которые требуют незамедлительного решения с целью оптимизации их стратегии развития на рынке. В частности, эти проблемы связаны с:

1) отсутствием Data Lake (проблемой создания и хранения Data, ETL (Extraction, Transformation, Loading) информации, незащищенностью Data Lake, аналитикой Data Lake, созданием собственного Data Lake или выведением на аутсорсинг?);

2) нехваткой персональной информации о клиентах, полученных из внешних источников (отсутствием представления о поведении клиента, его предпочтений, потребностей, датамайнинга во внешних доступных источниках: в интернете, социальных сетях и т.д.);

3) ограниченным спектром банковских услуг (возможностью запуска финансово-консалтинговых услуг для клиентов банка или продажи обезличенных больших данных).

4) Эффективностью бизнеса (производительностью работников, ежедневными автоматическими отчетами, выполнением плана).

Рассмотрим эти проблемы более подробно.

В банках часто отсутствует налаженное и структурированное хранилище данных [1, с.821] (Data Lake), которое бы собирало весь объем неструктурированной и необработанной информации в различных форматах, полученный от всех возможных источников, начиная с внутренних баз данных по операционной деятельности и заканчивая внешними источниками информации, доступными во Всемирной паутине. Данное хранилище позволило бы увеличить возможности для аналитики и, как следствие, эффективность принятия бизнес-решений, более того, хранилище необходимо для сбора всей информации, которая может иметь высокую ценность в будущем, а также может понадобиться на случай проверки компании или требований законодательства РФ.

С его помощью маркетологи, product-менеджеры, аналитики смогут прогнозировать отток клиентов, проводить более узкую сегментацию клиентов, управлять рисками, детальнее анализировать поведение клиентов на корпоративном сайте и в социальных сетях, улучшать программу лояльности, формировать целевые таргетированные предложения.

С каждым годом данные об операционной деятельности банка увеличиваются, из-за большого объема информации и перегруженности сервера работают медленно, очевидно, большая часть банков нуждается в грамотном построении Data Lake [3, с.72]. Архитектура Data Lake представлена на рис.1.

Рис. 1. Типовая архитектура Data Lake

В совокупности все источники данных компании являются «Озером данных», которые в дальнейшем могут быть разбиты на различные группы по определенным критериям (витрины данных). Эти данные пригодны для аналитической обработки с использованием многофункциональных инструментов.

Единственным источником анализа поведения клиентов банка в настоящее время выступают базы данных с информацией о клиентских операциях. Чаще всего в банках не создаются профили по каждому клиенту, которые могли бы облегчить процесс сегментации клиентов, позволили выявлять их потребности и предпочтения для запуска программ лояльности, повышенного кэшбэка и т.д., а также позволили отслеживать отмывание денежных средств. Одной базы данных для этого недостаточно, поэтому приходится прибегать к сбору данных, доступных в открытых интернет-источниках. Сейчас рынок переполнен финтех-компаниями, занимающимися сбором, отслеживанием и анализом данных о персональной информации пользователей во Всемирной паутине. Одним из таких финтех-компаний является Double Data. Double Data дает возможность банкам использовать потенциал информации в интернете. Компания разрабатывает программные решения, в основе которых лежат собственные методы и алгоритмы для поиска, хранения и интеллектуального анализа больших объемов данных (Big Data). Также предлагают банкам готовые решения по построению портфолио клиентов, персонализации предложений, пониманию потребностей клиентов, снижению просроченной задолженности и выявлению мошенничества. Полезной технологией для изучения клиентского поведения является технология clickstream [4, с.3]. Clickstream – это маршрут перемещения (пользователя) по web-узлу, что позволяет получить средства анализа производительности web-сайтов, трафика посетителей, эффективности web-контента и приверженности посетителей. Количество провайдеров данной услуги велико. Использование этой информации позволит банкам получить более достоверную информацию как о юридических, так и о физических лицах для снижения собственных финансовых рисков при взаимодействии с клиентами.

Сильная конкуренция на финансовом рынке и в банковском секторе существенно меняет поведение банков по отношению к новым услугам, продуктам и стартапам. В настоящее время темп роста финтех-стартапов, запущенных на Data science и AI [2, с.72], стремительно растет, что не остается без внимания крупнейших банков, которые скупают молодые компании и адаптируют их технологии под свои банковские услуги. К примеру, испанский банк BBVA приобрел стартапы в секторах онлайн-банкинга, оплаты и оценки недвижимости. Три основных приобретения BBVA составили Madiva Soluciones, Holvi Payment Services и Openpay.

Madiva Soluciones предлагает услуги по оценке объектов недвижимости. Сервисы упрощают существующие процессы и создают новые бизнес-возможности, обрабатывая неструктурированные данные и большие объемы информации, доступной в интернете, которую затем сравнивает и сопоставляет с другими источниками. Например, Madiva может оценивать крупные портфели недвижимости за считанные часы, процесс, который в прошлом мог занять несколько месяцев.

Holvi Payment Services – стартап в сфере онлайн-банкинга для МСБ, он упрощает управление финансами вашего бизнеса с помощью мощных интегрированных инструментов, таких, как цифровое выставление счетов, подготовка бухгалтерии и даже создание собственного онлайн-магазина, в котором можно принимать несколько способов оплаты, наиболее удобных для клиентов.

Орепрау предлагает мобильную платформу, которая позволяет продавцам интегрировать различные уровни платежей в свой бизнес. Платформа позволяет клиенту персонализировать условия погашения обязательства перед контрагентом, которые будут удобны клиенту.

Технологии Holvi Payment Services и Орепрау могут значительно расширить спектр банковских услуг для МСБ, основанных на Smart Data [5, с. 973] и AI, для большинства банков, что в итоге позволит получить ряд конкурентных преимуществ на рынке.

В настоящее время главной составляющей эффективности банка являются его сотрудники, а точнее, их труд и эффективность их действий. Чтобы эффективность была максимальной, возглавлять работу должен грамотный менеджер. Но далеко не всегда управляющие могут проследить за выполнением поставленного перед сотрудниками плана и внести определенные коррективы или замечания. Для этого во многих компаниях используется информационная система управления (ИСУ).

Информационная система управления (или Management information system, MIS) – это система обработки данных, предназначенная для снабжения внутренней и внешней информацией, необходимой для принятия решений на всех уровнях менеджмента. Она используется для принятия решений, а также для координации, контроля, анализа и визуализации информации в организации [6, с.12]. Наиболее распространенным видом ИСУ является распределенная система, целью которой является предоставление общего интерфейса на уровне приложения, которое четко определяет распределение данных между пользователями различных уровней.

В отличие от простой системы обработки данных, информационная система имеет более широкую базу сбора данных, более сложную систему обработки и объем выдаваемой информации. Это позволяет использовать ее на всех уровнях стратегического управления банка и принимать более взвешенные и просчитываемые управленческие решения.

Таким образом, проведенное исследование показало, что в условиях жесткой конкуренции для выживания традиционным банкам необходимо использование современных технологий. Выявленные авторами проблемы могут быть устранены путем использования новых программ, интернет-сервисов и подходов, что позволит традиционному банкингу успешно конкурировать на рынке.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Fang H.* Managing data lakes in big data era: What's a data lake and why has it become popular in data management ecosystem //Cyber Technology in Automation, Control, and Intelligent Systems (CYBER), 2015 IEEE International Conference on. – IEEE, 2015. С. 820 – 824.
2. *O'Leary D.E.* Embedding AI and crowdsourcing in the big data lake //IEEE Intelligent Systems. – 2014. Т. 29. №. 5. С. 70 – 73.
3. *Hai R., Geisler S., Quix C.* Constance: An intelligent data lake system //Proceedings of the 2016 International Conference on Management of Data. – ACM, 2016. С. 2097 – 2100.
4. *Stein B., Morrison A.* The enterprise data lake: Better integration and deeper analytics //PwC Technology Forecast: Rethinking integration. – 2014. Т. 1. С. 1 – 9.
5. *Kalinin S.V., Sumpter B.G., Archibald R.K.* Big – deep – smart data in imaging for guiding materials design // Nature materials. – 2015. Т. 14. №. 10. С. 973.
6. *O'Brien J.A.* et al. Management information systems. – McGraw-Hill Irwin, 2006. Т. 6.