Перспективы развития обслуживания корпоративных клиентов в условиях цифровой экономики

Содержание

Глава 1. Теоретические основы создания банковских продуктов для корпоративных клиентов в условиях цифровой экономки

1.1. Экономическое содержание понятий банковские продукты и услуги для корпоративных клиентов в условиях цифровой экономики

1.2. Ключевые особенности трансформации банковского обслуживания корпоративных клиентов в условиях цифровой экономики

1.3. Инновационный комплексный подход к созданию новых банковских продуктов и услуг для корпоративных клиентов

Глава 2. Анализ трансформации банковского обслуживания корпоративных клиентов в условиях цифровой экономики

2.1. Развитие новых банковских продуктов в обслуживании корпоративных клиентов в условиях цифровой экономики

2.2.Особенности развития инновационного обслуживания корпоративны х клиентов

3.1 Проблемы развития банковских инноваций в обслуживании корпоративных клиентов в условиях цифровой экономики

3.2 Перспективы развития банковских инноваций в обслуживании корпоративных клиентов в условиях цифровой экономики

**Введение**

На современном этапе актуальность развития кредитными организациями системы банковского обслуживания для корпоративных клиентов стала существенно возрастать. В условиях цифровизации банкам необходимо все время разрабатывать инновации в обслуживании корпоративных клиентов , в том числе и предлагать все новые виды банковских продуктов в условиях возрастающей конкуренции и снижающейся прибыльности банков. В этой связи особенно актуальным является исследование возможностей разработки новых банковских кредитных продуктов для корпоративных клиентов с учетом развития цифровых технологий. Основными предпосылками разработки новых банковских продуктов являются: индивидуальный подход к корпоративному клиенту, развитие информационных и коммуникационных технологий, интернет-маркетинг,активное внедрение системы самообслуживания, применение биометрических систем и методов аутенфикации , технологии в области автоматизации системы обслуживания .

Важным направлением деятельности банков является маркетинг рынка инноваций и интернет-маркетинг, позволяющие сделать прогноз соответствующих сегментов рынка. Роль новых банковских продуктов в системе обслуживания корпоративных клиентов состоит в том, чтобы удовлетворять указанные выше потребности. Конкуренция между банками с целью совершенстования системы банковского обслуживания корпоративных клиентов в условиях цифровизации , а также предложения лучших банковских продуктов заставляет их постоянно тратить время и ресурсы на разработку и внедрение инноваций. В этом и заключается актуальность рассматриваемой темы.

Цель исследования состоит в разработке теоретических положений и практических рекомендаций, направленных на совершенствование системы банковского обслуживания корпоративных клиентов в области создания новых банковских продуктов и услуг для корпоративных клиентов.

Поставленная цель исследования предопределила необходимость решения следующих задач:

1. Рассмотреть экономическое содержание понятий «новые банковские продукты и услуги для корпоративных клиентов», «инновационные банковские продукты и услуги для корпоративных клиентов».

2. Произвести классификацию банковских продуктов и банковских услуг, банковских кредитных продуктов и услуг, инновационных банковских кредитных продуктов и услуг.

3. Рассмотреть подходы к изучению и основные особенности рынка новых банковских продуктов для корпоративных клиентов в условиях цифровизации.

4.Провести анализ современного состояния кредитования корпоративных клиентов в РФ в условиях цифровой экономики.

5. Произвести анализ проблем развития банковских кредитных продуктов и услуг для корпоративных клиентов в условиях цифровой экономики.

6. Рассмотреть перспективы развития системы обслуживания корпоративных клиентов на российском рынке в условиях цифровой экономики.

Объект исследования – коммерческие банки, предоставляющие новые банковские продукты и услуги корпоративным клиентам.

 Предмет исследования – новые банковские кредитные продукты и услуги для корпоративных клиентов на российском рынке в условиях цифровизации.

Научная новизна исследования состоит в разработке навигатора банковских продуктов для корпоративных клиентов, а также формировании практических рекомендаций по созданию подобных продуктов и оценке качества услуг.

**Глава 1. Теоретические основы и технологии создания банковских продуктов для корпоративных клиентов в условиях цифровой экономки**

**1.1 Экономическое содержание понятий банковские продукты и услуги для корпоративных клиентов в условиях цифровой экономики**

В настоящее время наблюдается развитие системы банковского обслуживания корпоративных клиентов. Ключевым аспектом ее развития является цифровизация экономики.

На совремееном этапе банки предоставляют широкий спектр новых банковских продуктов и услуг корпоративным клиентам.

Таблица 1.3- Определение понятия «новый банковский продукт», предложенные различными авторами [[1]](#footnote-1)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Автор | Определение | Основные характеристики понятия |
| Е.Г.Закшевский, А.О.Пашута  | «новый банковский продукт – комбинированная либо нетрадиционная форма банковского обслуживания, создаваемая на основе маркетинговых исследований потребностей рынка». | в данном определении автор указывает на то, что новый банковский продукт представляет собой качественно новую форму обслуживания банками своих клиентов, ориентированную на потребности банковского рынка |
| Е.Ю.Корнилова | «новый банковский продукт – это результат банковской деятельности, выступающий в виде нового товара, который поступает на банковский рынок для продажи клиентам». | в данном определении автор хочет показать , что новый банковский продукт является результатом деятельности банков и имеет качественно новые характеристики |

Анализ различных определений понятия «новый банковский продукт» (см. табл.1.3) позволяет нам согласиться с точкой зрения Е.Ю.Корниловой, поскольку автор отмечает в новом банковском продукте качественно новые характеристики в области технологии его предоставления.

Исходя из вышеизложенного , автором была предложена собственная формулировка нового банковского продукта. Под новым банковским продуктов следует понимать совокупность инновационных способов оказания банковской услуги.

Исходя из проведенного анализа, автором была предложена собственная формулировка определения инновационного банковского продукта. Под инновационным банковским продуктом можно понимать качественно новый комплекс условий проведения банковских операций, направленных на оказание банком кредитных услуг, отличающихся инновационным характером предоставления данных услуг с учетом потребностей клиентов и технологических возможностей банка.

Таблица 1.6- Определения понятия «новая банковская услуга», предложенные различными авторами[[2]](#footnote-2)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Автор | Определение | Основные характеристики понятия |
| И. В. Бархатов |  «новые банковские услуги -это то, что связано непосредственно с научно-техническим прогрессом, т. е. технологические инновации» | в данном определении автор хочет показать, что развитие новых банковских услуг напрямую зависит от уровня технологических инноваций конкретного банка  |
| И.С.Орлова | «новые банковские услуги -это следствие развития инновационных технологий». | в данном определении автор полагает, что от степени развития инновационных технологий будет зависеть уровень потенциала новой банковской услуги |

Анализ различных определений понятия «новая банковская услуга» (см. табл.1.6) показал, что И.С. Орлова наиболее полно характеризует данное понятие. Автором была учтена такая особенность новой банковской услуги как ее зависимость от развития инновационных технологий.

Исходя из вышеизложенного автором была предложена собственная формулировка понятия новой банковской услуги . Под новой банковской услугой можно понимать качественно новый вид деятельности банка , определяемый денежным характером банковской операции в условиях развития инновационных технологий.

Исходя из проведенного анализа, автором была предложена собственная формулировка определения инновационной банковской услуги. Под инновационной банковской услугой можно понимать набор действий сотрудников банка, направленных на удовлетворение потребностей клиента в банковском обслуживании и предполагающих использование инноваций.

В настоящее время банковские инновации играют ключевую роль в развитии банковского обслуживания корпоративных клиентов в условиях цифровизации экономики.

 Согласно точки зрения А.И.Пригожина можно выделить пять классификационных признаков инноваций.

 Рисунок 1.1- Классификация инноваций по А.И. Пригожину [1]. Составлено автором по материалам Инновационный менеджмент/А.Г.Ивасенко,Я.И.Никонова , А.О.Сизова-М.: Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ».-С.62.2016

 В данной классификации автор отмечает, что в основе инноваций лежит их исключительное преимущество.

Развитие цифровизации экономики стало ключевым стимулом для трансформации банковского обслуживания корпоративных клиентов.

По нашему мнению, в основе трансформации банковского обслуживания корпоративных клиентов лежит инновационный процесс. Также он затрагивает процесс создания новых банковских продуктов и услуг.Ключевые его характеристики представлены на рисунке…

Рисунок 1.4 –Ключевые характеристики инновационного банковского процесса при создании новых банковских продуктов и услуг для корпоративных клиентов Составлено автором по материалам Инновационный менеджмент/А.Г.Ивасенко,Я.И.Никонова , А.О.Сизова-М.: Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ».-С.71-72.2016

Таким образом, инновационный процесс предполагает наличие четко выработанной стратегии по созданию новых банковских продуктов и услуг с учетом поставленных целей и задач.

В условиях цифровизации банки активно проводят по развитию системы банковского обслуживания корпоративных клиентов, в том числе и в области предоставления новых банковских продуктов.

**1.2. Ключевые особенности трансформации банковского обслуживания корпоративных клиентов в условиях цифровой экономики**

На сегодняшний день цифровизация экономики оказывает непосредственное воздействие на деятельность российских банков в области создания новых банковских продуктов для корпоративных клиентов.

По мнению Т.А. Кокшаровой внедрение методов цифровой экономики в банковских

сектор нашей страны осуществляется с использованием IT-системы. **Кокшарова Т.А. Влияние цифровой экономики на банковскую сферу и современные тенденции ее использования // Студенческий форум: электрон. научн. журн. 2018. № 24(45). URL: https://nauchforum.ru/journal/stud/45/42426 (дата обращения: 12.09.2019).**

На сегодняшний день происходит «смена парадигмы глобального экономического развития, переход к очередному технологическому укладу» .**Гулин К.А., Усков В.С. Тренды четвертой промышленной революции// Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз.-С.216.2017.№5,Том 10.**

В условиях трансформации банковского обслуживания представляется целесообразным предложить , на наш взгляд, наиболее важные параметры оценки цифровой модели банковского обслуживания.

Существует несколько системно значимых параметров оценки цифровой модели банковского обслуживания( рис..)

 Рисунок - Системно значимые параметры оценки цифровой модели банковского обслуживания корпоративных клиентов Составлено автором по материалам статьи **Долгушиной А.Я., Полторадневой Н.Л.Цифровая модель банковского обслуживания//Научно-технические ведомости СПбГПУ. –С.208,209,210,212,2132016.№6(256)**

В основе параметров данной модели лежит технология ее реализации, а также взаимодействие с клиентов в процессе банковского обслуживания.

 На основе технологии ТРИЗ можно рассмотреть процесс жизненного цикла инновационных банковских технологий в области обслуживания корпоративных клиентов.

Рисунок- Стадии жизненного цикла инновационной технологии в области обслуживания корпоративных клиентов на основе теории ТРИЗ **Составлено автором по материалам Информационные технологии в экономике /М.В.Головицина-М.: Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ».-С.84-85,2016**

 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.

С развитием цифровой трансформации происходит смена парадигмы создания новых банковских продуктов. Данная парадигма представляет собой процесс , основанной на проектной документации.

 Рисунок 2- Процесс создания новых банковских продуктов для корпоративных клиентов в условиях цифровой трансформации экономики **Составлено автором по материалам статьи Корсуновой Н.Н. Создание новых банковских продуктов для корпоративных клиентов в условиях цифровой экономики//Экономика и предпринимательство.2019.№9**

 Таким образом, ключевыми особенностями в области обслуживания корпоративных клиентов в условиях цифровизации лежит ориентация на потребности корпоративных клиентов, развитие новых банковских продуктов и технологий их предоставления.

**1.3. Инновационный комплексный подход к созданию новых банковских продуктов и услуг для корпоративных клиентов**

Для создания новых банковских продуктов для корпоративных клиентов, генерирования идей по его созданию представляется целесообразным предложить инновационный комплексный подход. При разработке данного подхода были учтены следующие аспекты: ориентация на формирование ассортиментной линейки инновационных банковских кредитных продуктов; обеспечение поиска новых идей по созданию банковских кредитных продуктов для корпоративных клиентов; отбор наиболее жизнеспособных идей создания банковских кредитных продуктов для корпоративных клиентов.

Таблица 1.7-Инновационный комплексный подход к генерированию идей создания новых банковских продуктов для корпоративных клиентов [[3]](#footnote-3) **изменяла Составлено автором по материалам Инновационный менеджмент/А.Г.Ивасенко,Я.И.Никонова , А.О.Сизова-М.: Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ».-С.339-340.2016**

|  |  |
| --- | --- |
| Название метода в подходе | Содержание |
| Метод мозгового штурма | Производится дискуссия, участники которой по очереди выдвигают идеи и пытаются их развить. Процесс формулировки идей и критика предложений не должны происходить одновременно. Создается список креативных решений, которые идут дальше на реализацию, производство лучшей идеи. Позже производится анализ полученных решений.При этом подготовка идеи осуществляется заранее, а также отсутствует ограничение на генерацию идей. |
| Метод бенчмаркинга | Производится непрерывный поиск новых идей и последующее их использование на практике.В ходе применения данного метода осуществляется сравнение показателей работы своего банка с показателями конкурентов , а также изучение лучшего опыта идей создания новых банковских продуктов для корпоративных клиентов.  |
| Design Thinking | На первом этапе, который называется эмпатия производится изучение потребностей корпоративных клиентов. Далее идет определение характера проблемы и продумывание идей по созданию новых банковских продуктов для корпоративных клиентов с использованием принципа прототипирования и тестирования |
| SWOT-анализ | Позволяет выявить сильные и слабые стороны банка при создании банковского кредитного продукта. Главной его особенностью является хорошее понимание потребностей корпоративных клиентов , использование уникальных технологий ,эффективной рекламы, обеспечение расширения ассортимента продуктовой линейки банка, а также его выхода на новые рынки. |

|  |  |
| --- | --- |
|  |  Продолжение таблицы 1.7 |
| ABC-анализ | Позволяет определить насколько важна ассортиментная линейка банковских кредитных продуктов корпоративным клиентам. А-важна; В-менее важна;С-неважна. Проста в применении и легко воспринимается |
| Метод Кано | Позволяет классифицировать новые банковские е продукты по степени их значимости для корпоративных клиентов: необходимые, привлекательные, не имеющие значения |
| Идентификация ценности при помощи Р2М | Определение ценности идеи создания нового банковского продукта для корпоративных клиентов, переосмысливает систему трансформации идей в создание новых ценностей. |
| Программа идей Kunio Nakamura | Позволяет избавиться от старой системы идей создания новых банковских продуктов для корпоративных клиентов, а также обеспечения развития основы для креативности и роста. Она обеспечивает создание ценностных идей через проекты и предполагает их развитие с малых и простых решений |
| Тотальная оптимизация от управления банковскими кредитными продуктами к банковскому бизнесу | Предполагает частичную оптимизацию бизнес-идей по созданию новых банковских продуктов для корпоративных клиентов, посредством консолидации их разработки,внедрения на банковский рынок и развития для банков. При правильном построении отмечается объективность анализируемых параметров  |
| PRINCE 2 | Определяет организацию, контроль и управление над проектами в области создания новых банковских продуктов. Основными особенностями PRINCE 2 служит планирование, основанное на продуктовом подходе, а также деление проекта на контролируемые и управляемые стадии относительно масштабов проекта. |

Проанализировав данные таблицы 1.7 является обоснованным дать характеристику инновационного комплексного подхода. В качестве ключевой характеристики данного подхода можно выделить его ориентацию на предложение и отбор наиболее жизнеспособных идей создания новых банковских продуктов для корпоративных клиентов, а также обеспечение поиска новых идей по их созданию . Первые три метода данного подхода позволяют определить наиболее перспективные идеи создания новых банковских продуктов. Следующие четыре метода в подходе представляет собой определенную иерархию этапов по генерированию идей создания новых банковских продуктов для корпоративных клиентов. Последние четыре метода инновационного комплексного подхода позволяют банку определить в чем же заключается ценность идеи создания банковских кредитных продуктов для корпоративных клиентов. Каждый метод данного подхода имеет строгую последовательность от трансформации идей создания банковского кредитного продукта до консолидации их разработки.

На основе предложенного подхода к генерированию идей создания новых банковских продуктов для корпоративных клиентов нами была предложена сервисная модель. Данная модель позволит сохранить конкурентные позиции банка в условиях трансформации системы банковского обслуживания корпоративных клиентов.

Для сохранения конкурентоспособных позиций внутри банка в условиях трансформации банковского обслуживания корпоративных клиентов можно предложить использование сервисной модели .Данная модель представляет собой комплекс взаимосвязанных показателей , характеризующих определенные показатели, характеризующие успешность внедрения инноваций в обслуживании корпоративных клиентов. Оценивание производить по критериальным показателям от 1 до 10**(приложение..).**

 Рисунок 2 –Параметры сервисной модели в области инноваций в обслуживании корпоративных клиентов [3;С.78]. Составлено автором по материалам Архитектура и стратегия. « Инь» и «янь» информационных технологий /Данилин А., Слюсаренко А.-М.: Национальный открытый университет «ИНТУИТ»..2016

В основе сервисной модели лежат услуги, которые банки оказывают корпоративным клиентам. Сам процесс представляет собой набор деловых активностей, которые требуются для создания и развития инноваций в обслуживании корпоративных клиентов. При помощи данной модели можно оценить перспективность идеи по созданию и развитию инноваций в обслуживании корпоративных клиентов конкретным банком. Реализовать конкурентные преимущества сервисной модели могут банки со средним уровнем технологического развития. Использование данной модели требует постоянного мониторинга и анализа данных по требуемым параметрам модели.Ключевым преимуществом сервисной модели является возможность подбора оптимальных решений в области создания инноваций в обслуживании корпоративных клиентов, а также разработка новых бизнес-стратегий.[4;С.78]. Архитектура и стратегия. « Инь» и «янь» информационных технологий /Данилин А., Слюсаренко А.-М.: Национальный открытый университет «ИНТУИТ».2016

Таким образом, создавая свою продуктовую линейку, банк должен

формировать ее, исходя из потребностей определенной группы корпоративных клиентов , выделяемой по определенным критериям с учетом конкурентных преимуществ.

**Глава 2. Анализ трансформации банковского обслуживания корпоративных клиентов в условиях цифровой экономики**

**2.1. Развитие новых банковских продуктов в обслуживании корпоративных клиентов в условиях цифровой экономики**

На современном этапе банковский сектор РФ играет ключевую роль в процессе кредитования корпоративных клиентов банками. В современных условиях уровень развития технологического потенциала банка оказывает значительное влияние на объем выданных кредитов корпоративным клиентам.

Цифровая экономика становится движущей силой банковского развития. Развитие цифровых технологий неразрывно связано с активным внедрением современных форм банковского обслуживания. **Авдеева И.Л. Возможности цифровой экономики для развития банковского бизнеса в России//Среднерусский вестник общественных наук.-С.69.2017.№5.Том 12.**

Рассмотрим наиболее перспективные банковские технологии в обслуживании корпоративных клиентов, определяющие характер создания и развития новых банковских продуктов.

Рисунок 2- Перспективные банковские технологии в обслуживании корпоративных клиентов Составлено автором по материалам Основных направлений развития финансовых технологий на период 2018-2020 годов//Официальный сайт Банка России в разделе «Финтех».-С.3. https://cbr.ru/StaticHtml/File/36231/ON\_FinTex\_2017.pdf

В основе создания и развития банковских технологий в обслуживании корпоративных клиентов лежит искусственный интеллект.

В качестве оценки развития новых банковских продуктов для корпоративных клиентов автором была предложена анкета оценки целесообразности внедрения нового банковского продукта для корпоративных клиентов на банковский рынок в условиях цифровой экономики .Данная анкета учитывает сильные и слабые стороны функциональных блоков банковского кредитного продукта. Оценка потенциала банковского кредитного продукта оценивается по пятибалльной шкале от очень хорошего состояния до очень плохого состояния по четырем параметрам оценки. Данные параметры оценки разделены на четыре блока: продуктовый, функциональный, ресурсный и организационный. Продуктовый блок позволяет оценить потребность во внедрении данного банковского кредитного продукта. Функциональный блок позволяет оценить новизну функциональных характеристик банковского кредитного продукта. Ресурсный блок позволяет оценить целесообразность разработки и внедрения банковского кредитного продукта. Организационный блок позволяет учесть изменения в деятельности банков для предоставления данного банковского кредитного продукта.Блок управления учитывает систему руководства коммерческого банка, а также стиль и систему управления на уровне структурных подразделений. **(приложение 2)[[4]](#footnote-4).**

По нашему мнению, для оценки инновационного потенциала коммерческого банка в области обслуживания корпоративных клиентов в условиях цифровой экономики можно предложить диагностический подход. Данный подход содержит ряд обязательных условий его качественного проведения (рис..).

Рисунок- Условия качественного проведения диагностического подхода **Составлено автором по Инновационный менеджмент /А.Г.Ивасенко,Я.И.Никонова,А.О.Сизова-М.:Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ».-С.221,2016**

Данный подход реализуется при помощи анализа и диагностики состояния коммерческого банка по ограниченному кругу параметров. **Инновационный менеджмент /А.Г.Ивасенко,Я.И.Никонова,А.О.Сизова-М.:Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ».-С.221,2016**

Таким образом, в условиях цифровизации банкам необходимо проводить политику, направленную на повышение требований к качеству заемщиков, а также запрет на использование высокорисковой бизнес- модели.

**2.2.Особенности развития инновационного обслуживания корпоративны х клиентов**

В настоящее время процессы глобализации оказали существенное воздействие на развитие и преобразование системы обслуживания корпоративных клиентов. Данные изменения носят инновационный характер.

Р.Т.Балакина выделяет четыре направления развития банковских инноваций( рис.1).

Рисунок 1- Направления развития банковских инноваций **Составлено автором по материалам статьи Балахиной Р.Т.Влияние инноваций на развитие банковского бизнеса//Вестник Омского университета.-С.24.№1.2011**

Развитие банковских инноваций в обслуживании корпоративных клиентов сможет обеспечить высокое качество и скорость банковского обслуживания.

В основе развития банковских инноваций в обслуживании корпоративных клиентов лежат ИКТ.

Рисунок 2-Место ИКТ в структуре Глобального инновационного

индекса по России за 2018 г. **Составлено автором по материалам Краткого статистического сборника ВШЭ «Цифровая экономика 2019». С.10-11.** [**https://www.hse.ru/data/2018/12/26/1143130930/ice2019kr.pdf**](https://www.hse.ru/data/2018/12/26/1143130930/ice2019kr.pdf)

Рассмотрим место РФ в Международных индексах развития цифровой экономики.

Рисунок 3- Место РФ в Международных индексах развития цифровой экономики деятельности **Составлено автором по материалам Статистического сборника ВШЭ «Индикаторы цифровой экономики 2019». С.17.** [**https://www.hse.ru/data/2019/06/25/1490054019/ice2019.pdf**](https://www.hse.ru/data/2019/06/25/1490054019/ice2019.pdf)

Сам процесс цифровизации банков сопровождается трансформацией процессов от роботизации к созданию услуг с орентацией на потребности клиента посредством использования инновационной цифровой технологии.**Юдина Т.Н.Цифровизация как тенденция современного развития экономики Российской Федерации: PRO Y CONTRA//Ученые записки СКАГС.-С.139.№3.2017**

Рассмотрим основные показатели инновационной деятельности

организаций сектора ИКТ.

Таблица 1- Основные показатели инновационной деятельности организаций сектора ИКТ,% **Составлено автором по материалам Краткого статистического сборника ВШЭ «Цифровая экономика 2019».** С.84**.** [**https://www.hse.ru/data/2018/12/26/1143130930/ice2019kr.pdf**](https://www.hse.ru/data/2018/12/26/1143130930/ice2019kr.pdf)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Название | 2016 г. | 2017 г. |
| Удельный вес организаций, осуществлявших технологические инновации,в общем числе организаций | 9,5 | 10,1 |
| Удельный вес инновационных услуг в общем объемевыполненных услуг | 6,4 | 6,6 |
| Удельный вес затрат на технологические инновации в общем объемевыполненных услуг | 3,0 | 3,0 |

По данным таблицы 1 все исследуемы нами показатели имели тенденцию к повышению поскольку глобализация способствует развитию ИКТ.

Рассмотрим показатели ИКТ в сфере драйверов производства по РФ за 201 8 г

Таблица 2- Показатели ИКТ в сфере драйверов производства по РФ за 201 8 г. **Составлено автором по материалам Статистического сборника ВШЭ «Индикаторы цифровой экономики 2019». С.34.** [**https://www.hse.ru/data/2019/06/25/1490054019/ice2019.pdf**](https://www.hse.ru/data/2019/06/25/1490054019/ice2019.pdf)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Название показателя  | Место в рейтинге | Значение |
| Технологии и инновации | 43 | 5.3 |
| Технологическая платформа | 39 | 6.8 |
| Оценка влияния ИКТ на развитие новых продуктов и услуг | 82 | 4.2 |

Согласно данным таблицы 2, в настоящее время в РФ наблюдается лишь переход на ИКТ.

Таким образом, глобализации оказывает непосредственное воздействие на развитие банковского обслуживания для корпоративных клиентов. В ее основе лежит инновационный характер банковского обслуживания, сопровождающийся трансформацией банковских процессов.

**Глава 3. Перспективы развития трансформации банковского обслуживания корпоративных клиентов**

**3.1 Проблемы развития банковских инноваций в обслуживании корпоративных клиентов в условиях цифровой экономики**

В настоящее время банки вырабатывают собственную маркетинговую политику, направленную на минимизацию рисков в областиобслуживания корпоративных клиентов**.**

 В условиях цифровой экономики можно выделить три типа банковских рисков: статический и динамический и инновационный.

Рисунок – Типы банковских рисков в условиях цифровой экономики **Составлено автором по материалам Инновационный менеджмент /А.Г.Ивасенко,Я.И.Никонова , А.О.Сизова-М.:Национальный Открытый Университет «Интуит».- С.412,2016**

В свою очередь риск инновационного проекта по созданию новых банковских продуктов и услуг для корпоративных клиентов состоит из системы факторов, которые представляют собой комплекс рисков. **Инновационный менеджмент /А.Г.Ивасенко,Я.И.Никонова , А.О.Сизова-М.:Национальный Открытый Университет «Интуит».- С.413,2016**

По нашему мнению , можно выделить пять компонентов концепции риска для проектов по созданию новых банковских кредитных продуктов и услуг для корпоративных клиентов.

Рисунок- Пять компонентов концепции риска для проектов по созданию новых банковских кредитных продуктов и услуг для корпоративных клиентов **Составлено автором по материалам Инновационный менеджмент /А.Г.Ивасенко,Я.И.Никонова , А.О.Сизова-М.:Национальный Открытый Университет «Интуит».- С.413,2016**

Стоит сказать, что процесс сам процесс цифровизации сопровождается рисковым характером.

 Рисунок 3 – Типы банковских рисков в условиях цифровой экономики **Составлено автором по материалам Инновационный менеджмент /А.Г.Ивасенко,Я.И.Никонова , А.О.Сизова-М.:Национальный Открытый Университет «Интуит».- С.412,2016**

 По нашему мнению, к наиболее значимым видам рисков можно отнести инновационный, экономический и технологический риск.Данные риски напрямую влияют на перспективу развития банковских инноваций в обслуживании корпоративных клиентов.

Применение системы АкР способно сбалансировать противоречивые ожидания заинтересованных сторон в деятельности банка.

Свойства системы АкР представлены на рисунке…

Рисунок.. Свойства системы АкР **Составлено автором по материалам курса лекций на образовательной платформе COURSERA «Основы риск-менеджмента в банке». https://d3c33hcgiwev3.cloudfront.net/\_026ef0d6745b605b006e9ab55d3c7ed1\_\_\_\_\_\_\_\_-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_-\_\_\_-\_\_\_\_\_\_\_\_\_-\_\_\_\_\_.pdf?Expires=1571443200&Signature=JBjzAnOQXXxMkEZNR2Pn~6RcVV2odP8IqDOYFOPWYhFkOC9Pqg0lixrUtlpoeFMqHQp7cunlwmELHJr0rRg2SeWVG5iO8vkCYRH4StfR8QGzF4fmWluYMMTkt12uDGBoUkfGso81E4sjszOmn9kz04Lm0UYpZnLLqW4aXFIACSU\_&Key-Pair-Id=APKAJLTNE6QMUY6HBC5A**

АкР определяет пределы риска , за которые банк не должен выходить.Кроме того позволяет быстро среагировать на ухудшение ситуации в банке, а также обеспечивает управление профилем банка «сверху вниз». **Курс лекций на образовательной платформе COURSERA «Основы риск-менеджмента в банке». https://d3c33hcgiwev3.cloudfront.net/\_026ef0d6745b605b006e9ab55d3c7ed1\_\_\_\_\_\_\_\_-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_-\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_-\_\_\_-\_\_\_\_\_\_\_\_\_-\_\_\_\_\_.pdf?Expires=1571443200&Signature=JBjzAnOQXXxMkEZNR2Pn~6RcVV2odP8IqDOYFOPWYhFkOC9Pqg0lixrUtlpoeFMqHQp7cunlwmELHJr0rRg2SeWVG5iO8vkCYRH4StfR8QGzF4fmWluYMMTkt12uDGBoUkfGso81E4sjszOmn9kz04Lm0UYpZnLLqW4aXFIACSU\_&Key-Pair-Id=APKAJLTNE6QMUY6HBC5A**

Таким образом, значение риска проекта по созданию новых банковских продуктов и услуг представляет собой сложную систему частных рисков , которые имеют тесную взаимосвязь. **Инновационный менеджмент /А.Г.Ивасенко,Я.И.Никонова , А.О.Сизова-М.:Национальный Открытый Университет «Интуит».- С.414,2016**

 По нашему мнению, в современных условиях эффективное развитие и реализация новых банковских продуктов и услуг достигается путем комплексного и рационального сочетания как прямых, так и косвенных каналов, а также четко выработанной политики банка.

**3.2 Перспективы развития банковских инноваций в обслуживании корпоративных клиентов в условиях цифровой экономики**

На современном этапе цифровые технологии служат ключевым звеном в работе кредитных организаций.[[5]](#footnote-5) Одним из важнейших факторов, обуславливающих их использование в банках является необходимость повышения качества оказываемых банковских услуг*.*[[6]](#footnote-6)

**По нашему мнению, развитие системы искусственного интеллекта способно повысить качество обслуживания корпоративных клиентов при предоставлении им банковских продуктов. Компоненты робототехники и сенсорика могут стать основой создания новых банковских продуктов для корпоративных клиентов.**

**В качестве перспектив развития цифровых технологий в коммерческих банках нашей страны нами предложен навигатор банковских продуктов для корпоративных клиентов российских банков. Программной средой выступает ARDUINO IDE. Связь между ANDROID и** **ARDUINO будет осуществляться через Bluetooth модуль. Разработка приложений для навигатора будет осуществляться в операционной системе ANDROID .В качестве языков программирования можно предложить PYTHON и JavaScript (табл.2).**

 Таблица 2-Основные характеристики PYTHON и JavaScript [16,17] **Составлено автором по материалам курса лекций на образовательной платформе Степик** [Электронный ресурс]. -Режим доступа : **«Программирование на Python»** [**https://stepik.org/course/67/syllabus(дата**](https://stepik.org/course/67/syllabus%28%D0%B4%D0%B0%D1%82%D0%B0) **обращения 14.09.2019);Составлено автором по материалам курса лекций на образовательной платформе COURSERA «JavaScript, часть 1:основы и функции» .** [Электронный ресурс]. -Режим доступа :

**https://d3c33hcgiwev3.cloudfront.net/9Y4ldRyNEeiYVg4zL1pCXA\_f64280801c8d11e886cd678fae456667\_1.1.Osnovy\_yazyka\_JavaScript.pdf?Expires=1568592000&Signature=W8JE5-VW7cVlQuccNVw7wsiffdXwwDzMnDPbLaV374QupGKhQVWUPeEjyix7L4NBIscAqNU-IaLms853fWYHidhtX7JBNdIeDtWkeuEhLV9Iq85~5PSRFiyTzUGLHxZAZTFJK7jYZujRFtsb8xSQ2uH~VwvGH2j9dt-bWSARrO8\_&Key-Pair-Id=APKAJLTNE6QMUY6HBC5A**

|  |  |
| --- | --- |
| PYTHON | Является первым языком в области программирования.К основным операциям программирования можно отнести:1.ввод данных при помощи функции print2.выполнение арифметических операций3.ввод/вывод данных4. Условия: if, else, elif5. цикл while6. операторы break, continue7.создание списков |
| JavaScript | 1.Использование различных типов данных2.использование оператора typeof , чтобы узнать значение числа3.преобразование к числу4. определение переменной и допустимых ее значений5.именование констант и переменных6.использование унарных и бинарных операторов7. Запись вывода внутри HTML |

Главным преимуществом навигатора банковских продуктов является возможность анализа в режиме реального всей продуктовой линейки российских и зарубежных банков. Пользователь будет иметь возможность получить информацию по выгодам и недостаткам в использовании определенного банковского продукта. Вся информация по банковским продуктам российских и зарубежных банков будет обработана при помощи технологии больших данных. Онлайн-консультант сможет оказать содействие в поиске нужной информации. Более того, навигатор содержит дополнительную строку поиска в случае, если пользователь не нашел необходимой информации.

На основе применения банками способов продвижения идей создания инновационных банковских кредитных продуктов для корпоративных клиентов можно предложить APM- средство автоматизации работы конечного пользователя. Технологическое обеспечение APM включает в себя несколько видов обеспечения.

Рисунок- Виды обеспечения APM **Составлено автором по материалам Информационные технологии в экономике/ М.В.Головицына-М.:Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ».-С.313-315,2016**

APM представляет собой совокупность программно-технических ресурсов, которые обеспечивают обработку данных и автоматизацию управленческих функций. Оно позволяет переносить на компьютер выполнение типовых операций, таких как хранение, поиск, обработка и защита данных. **Информационные технологии в экономике/ М.В.Головицына-М.:Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ».-С.313,2016**

Техническое обеспечение позволяет выполнять все виды операций в рамках ИТ. Организационное обеспечение связано с формированием комплекса документов для использования APM специальными подразделениями банка. Информационное обеспечение ориентировано на структуризацию данных, быстрый поиск и внесений необходимых изменений. Лингвистическое обеспечение ориентировано на реализацию пользовательского интерфейса посредством объединения совокупности языковых средств для формализации естественного языка. Программное обеспечение формируется за счет программ, обеспечивающих выполнение поставленных задач при помощи компьютера. **Информационные технологии в экономике/ М.В.Головицына-М.:Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ».-С.314-315,2016**

Таким образом, развитие цифровых технологий оказывает влияние на развитие банковского сектора нашей страны. Для их дальнейшего развития необходимо создание новых банковских продуктов посредством использования системы искусственного интеллекта, робототехники, языков программирования, операционных систем.

1. Составлено автором по материалам Закшевского Е.Г.,Пашуты А.О. Теоретические аспекты развития инновационных банковских продуктов на современном этапе// Вестник Воронежского государственного аграрного университета. 2015 .№ 3 (46).-С.216; Корниловой Е.Ю. Новый банковский продукт: понятие, виды, классификация // Креативная экономика. 2013. Том 7. № 8. – С. 103 [↑](#footnote-ref-1)
2. Составлено автором по материалам Бархатова И.В. Особенности инновационных банковских услуг// Вестник Челябинского государственного университета. 2011. № 32 (247). Экономика. Вып. 34. -С. 133; Орловой Е.С. Инновационные банковские продукты и услуги// Институты и механизмы инновационного развития: мировой опыт и российская практика.Сборник научных статей 4-й Международной научно-практической конференции ,октябрь 2014.-С.291 [↑](#footnote-ref-2)
3. Составлено автором по материалам курса лекций на образовательной платформе COURSERA» Основы бизнес-планирования и маркетинга». [Электронный ресурс]. -Режим доступа : https://www.coursera.org/learn/osnovy-biznes-planirovaniya-marketinga/lecture/ [(дата](https://www.coursera.org/learn/osnovy-biznes-planirovaniya-marketinga/lecture/QoPJH/analiz-konkurientov%28%D0%B4%D0%B0%D1%82%D0%B0) обращения 16.03.2019); N.N.Korsunova. The main approaches to the development of banking credit products for corporate clients using the innovative component// Вестник магистратуры.2019.№4-2(91).-С.152; Курса лекций на образовательной платформе COURSERA «Управление инновационными проектами». [Электронный ресурс]. -Режим доступа : https://d3c33hcgiwev3.cloudfront.net/\_74a5afd2d062fa09ebdb31c059e8fc56\_part1.pdf?Expires=1552867200&Signature=bgEfwxwuaYvFPz7-cTNg6vTtQgiqzgHPGQF38kGZFPMKBKZzDrK7ZyWcx2Hge8Uf179v2GfPMKwBA-7ia9H34IMiqI~LhJ-LTqGqulJ9Q1hdmgivJ3Sr~aFIIQ~ECF3JTZo1tOSmzJDkMg1FPEM~AeS2fYQDSQPc39Io0-TMv7s\_&Key-Pair-Id=APKAJLTNE6QMUY6HBC5A [(дата](https://www.coursera.org/learn/osnovy-biznes-planirovaniya-marketinga/lecture/QoPJH/analiz-konkurientov%28%D0%B4%D0%B0%D1%82%D0%B0) обращения 16.03.2019),Идея зарегистрирована автором в Интел Защите от 28.05.2019№А5В033 [↑](#footnote-ref-3)
4. Составлено автором по материалам курса лекций на образовательной платформе «Stepik» по курсу Инновационное предпринимательство. [Электронный ресурс]. -Режим доступа : <https://stepik.org/course/459/syllabus?auth=registration(дата> обращения 19.12.2018) [↑](#footnote-ref-4)
5. Индикаторы цифровой экономики//Статистический сборник Высшей школы экономики.-С.13-14. [Электронный ресурс]. -Режим доступа : <https://www.hse.ru/data/2018/08/20/1154812142/ICE2018.pdf.pdf>(дата обращения 29.09.2018) [↑](#footnote-ref-5)
6. Плотникова М.В. Качество банковских кредитных услуг: аспекты теоретического анализа// Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета.2014.№(1).-С.49 [↑](#footnote-ref-6)