

## РАЗВИТИЕ МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ УРОВНЯ ЦИФРОВИЗАЦИИ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ

*Ю.А. Башкирова, выпускник магистратуры,*

*Е.Б. Малей, канд. экон. наук, доц.,*

*Полоцкий государственный университет имени Евфросинии Полоцкой, Беларусь*

*В статье рассмотрены направления совершенствования оценки уровня цифровизации в банковской сфере для более конкретного понимания, как белорусские банки реагируют на цифровую эволюцию в Республике Беларусь. Автором введено понятие уровня цифровизации, оценивающий результаты цифровой трансформации коммерческих банков, и разработана методика оценки уровня цифрового развития или цифровой зрелости банков.*

**Ключевые слова:** *цифровизация, банковская сфера, уровень цифровизации.*

В эпоху цифровой экономики большинство белорусских банков в той или иной мере уже запустили процессы цифровых преобразований, однако у них разные шансы на успех: крупные банки используют преимущества своего масштаба и солидных бюджетов на цифровые технологии; для небольших банков дорогостоящая цифровизация имеет далекий горизонт окупаемости и создает большую нагрузку на их финансовый результат в краткосрочной перспективе [1].

В настоящее время в Республике Беларусь складываются благоприятные условия для цифровой трансформации финансовой отрасли. Массовый переход белорусских клиентов на использование дистанционных каналов обслуживания – отличный шанс для банков предложить им новые технологии и современные цифровые продукты. Успех здесь зависит в первую очередь от самих кредитных организаций – амбициозности поставленных целей, наличия необходимых ресурсов для их достижения, эффективности усилий по формированию корпоративной культуры, способствующей быстрому проведению преобразований.

Сложившаяся в мире сложная эпидемиологическая обстановка способствует ускорению цифровизации банковских операций. Так, 60 % банков по всему миру в период эпидемии значительно сократили рабочее время в офисах, а в отдельных случаях полностью закрыли отделения, перейдя на онлайн-формат взаимодействия с клиентами. Открытие счета онлайн, без посещения офиса банка, стало доступным в 34 % банках по всему миру, а дистанционный процесс верификации личности владельца счета предлагают уже 23 % мировых участников банковского сектора.

Белорусские банки уже сегодня обладают прекрасной возможностью быстро перевести клиентов на современные каналы дистанционного обслуживания. Доля клиентов, регулярно пользующихся дистанционным банковским обслуживанием, в Республике Беларусь стремительно растет. Кроме того, цифровая трансформация дает толчок к развитию портфеля продуктов и снижению кредитных рисков.

Для более конкретного понимания, как белорусские банки реагируют на цифровую эволюцию в Республике Беларусь необходимо ввести понятие уровня цифровизации, оценивающий результаты цифровой трансформации коммерческих банков, и разработать методику оценки уровня цифрового развития или цифровой зрелости банков.

Такая оценка необходима прежде всего традиционному бизнесу, компаниям реального сектора. Прежде чем затевать цифровые перемены, они должны понять, зачем им это нужно. Чтобы подготовить фундамент будущих изменений, для начала нужно ответить на ряд базовых вопросов. Какие цели ставит перед собой банк с точки зрения цифрового будущего? Где банк находится сейчас и насколько готов к изменениям? Что именно нужно менять, чтобы получить эффект от цифровизации?

Для большинства банков, которые не ответили на эти вопросы на старте, любая активность по цифровой трансформации будет бесполезна. Ведь усилия могут быть направлены на ложные цели.

Сначала банку нужно понять, где он находится по отношению к безусловным лидерам цифровизации и на кого она ориентируется. Простое копирование способов лидера не приведет к тому же результату. Нужно выбрать свой путь, определить четкую цель.

Есть простое правило: чтобы понять, куда двигаться, нужно осознать, где вы находитесь. Остается только определиться с методом, который вы будете для этого использовать.

Оценка цифровой зрелости — первый этап цифровой трансформации любой компании. Это основа для выявления зон роста и ключ к определению целей трансформации, подходящих именно вашей компании. Объективная оценка текущей ситуации помогает понять, где ты находишься, сравнить опыт своей организации и других компаний с точки зрения метрик эффективности, сопоставить текущую ситуацию с целевой, чтобы понять в каком направлении и как нужно меняться [78].

С целью определения показателя уровня цифровизации необходимо проанализировать функциональные возможности данного банка, уделяя особое внимание повседневным операциям и возможными сценариям потребительской активности на всех стадиях взаимодействия клиента с банком: от поиска подходящего банка и открытия в нем счета до закрытия счета и прекращения сотрудничества с банком (таблица).

Таблица. – Стадии жизненного цикла клиента с соответствующими функциональными возможностями

Этап	Потребности пользователей
Поиск информации	Доступность информации о банковских продуктах и сервисах
Открытие счета	Простота процесса открытия счета
Первые шаги клиента	Доступность каналов, руководство для новых клиентов
Ежедневные взаимодействия с клиентом	Управления счетами и продуктами, авторизация, управление картами, служба поддержки, платежи и переводы
Использование сервисов банка	Банковские продукты (базовые и дополнительные), страхование, инвестиционные услуги, небанковские продукты, экосистема и агрегирование сервисов
Закрытие счета	Процесс закрытия счета

*Примечание:* составлено автором на основе источника [2].

Достоинством цифровизации финансовой отрасли, будь то продажи новых продуктов или сервисное обслуживание в отделениях финансовых институтов, позволяет сократить их стоимость на 40–60 %. Клиентский опыт также улучшается за счет сокращения времени, необходимого для получения продукта или услуги, количества документов и контактов клиента с банком. Цифровые технологии повышают уровень конкурентоспособности, а также скорость и удобство оказания финансовых услуг, что способствует укреплению отношений банков со своими клиентами и партнерами.

Большинство клиентов выбирают банк по привлекательности предлагаемых им условий, учитывая не только экономическую выгоду, но и соответствие этих условий своим текущим потребностям, включая доступность всего комплекса необходимых продуктов и услуг, например, кешбэка, партнерских программ.

Также важным аспектом при выборе банка считают надежность банка наиболее важным параметром при его выборе. Это объясняет высокую востребованность крупнейших государственных участников в банковской отрасли. Большое значение также имеют такие факторы, как удобство сервиса и качество обслуживания.

На банковском рынке много финансовых организаций, оказывающих услуги корпоративным клиентам. При выборе банка для обслуживания, клиентам следует учитывать ряд важных факторов. Выделим основные из них [3]:

- Привлекательные условия;
- Надежность/стабильность;
- Удобство сервисов;
- Качество обслуживания;
- Близость отделения банка;
- Выбор работодателя (зарплатный проект);
- Программы лояльности;
- Рекомендации друзей/семьи;
- Реклама.

Одним из критериев оценки уровня цифровизации коммерческих банков является оценка сервисного обслуживания и перечень продуктов, предложенных клиентам в онлайн режиме, которые касаются следующих основных продуктов, представленных в онлайн режиме: банковские карты, вклады, накопительные счета, кредиты и лизинг, страхование, брокерские услуги и инвестиции, валютные операции и др.

Для оценки уровня цифровизации банка нами предлагается использование рейтинговой оценки. Итоговый рейтинг уровня цифровизации банка представляет собой сумму баллов, рассчитанный по следующим показателям: удаленные каналы доступа; социальные сети; Интернет - банк.

Поскольку анализ касается общего развития банковского бизнеса, то в основе рейтинговой оценки удаленных каналов легли следующие сервисы Интернет – банк, Мобильный банк (приложение для мобильных телефонов и смартфонов), Мобильный SMS – банк. При наличии того или иного сервиса, банку присваивается 1 балл, в случае отсутствия – 0 баллов.

В процессе проведения рейтинговой оценки затронут аспект работы банка в социальных сетях: Вконтакте, Фэйсбук, Твиттер, Инстаграм, Телеграмм, Ватсап, Вайбер, Одноклассники. Чем выше получается данный показатель, тем больше внимания банк обращает внимание на построение отношений с клиентами в сети Интернет

Низкое значение может свидетельствовать о том, что банк уделяет недостаточное значение данным каналам. И необходимо повышение качества работы в данном направлении. Следует отметить, что данный показатель является косвенным.

Интернет-банк — комплекс средств для управления банковскими счетами через Интернет. Идеологически интернет-банкинг может осуществляться как посредством «тонкого клиента» (на стороне пользователя не устанавливается дополнительное программное обеспечение, операционные страницы обрабатываются обычным интернет-браузером), так и посредством «толстого клиента» (требующего установки на компьютер пользователя специ-

ального программного обеспечения, осуществляющего отображение информации, передачу в банк команд и шифрование всего передаваемого содержимого). В большинстве случаев частным клиентам не требуется установка дополнительных программ, поэтому клиент не привязан к определённой операционной системе и может использовать как PC-совместимый компьютер, так и MAC или всевозможные портативные устройства (телефоны, коммуникаторы, планшеты). Операции производятся через сайт самого банка, на который можно зайти, используя стандартный интернет-браузер (Google Chrome, Yandex, Microsoft Internet Explorer, Mozilla FireFox и т.п.). Клиентам – юридическим лицам традиционно банк предлагает «толстый клиент» - предоставляет для проведения операций через Интернет специальное программное обеспечение (клиент-банк), которое устанавливается на компьютер организации.

Также следует отметить, что при определении рейтинговой оценки цифровизации банка должны учитываться предлагаемые банком дополнительные сервисы такие, как QR-коды, мобильный эквайринг, сдача выручки через АДМ и т.д.

Для более детальной оценки уровня цифровизации банка следует изучить следующие компоненты деятельности банка, а именно (рисунок).



**Рисунок. – Компоненты деятельности коммерческих банков, влияющие на уровень цифровизации**

*Примечание:* составлено автором на основе источника [4].

Итоговый уровень цифровизации кредитной организации представляет собой сумму баллов (рейтинг), полученных в результате мониторинга имеющихся у рассматриваемого банка удаленных каналов доступа, работы в социальных сетях, системы Интернет – банка, а также дополнительных сервисов таких как QR-коды, мобильный эквайринг, сдача выручки через АДМ и т.д. Рассчитанный (установленный) уровень цифровизации целесообразно использовать при формировании (определении) репутации, имиджа (бренда), качественного портрета банка. Задачу по определению уровня цифровизации банка предлагается возло-

жить на рейтинговое агентство либо на соответствующее подразделение регулятора - Центрального банка.

Итак разработанная методика оценки уровня цифрового развития или цифровой зрелости банков позволяет определить итоговый уровень цифровизации (цифровой зрелости банков) и представляет собой сумму баллов (рейтинг), полученных в результате мониторинга имеющихся у рассматриваемого банка удаленных каналов доступа, работы в социальных сетях, системы Интернет – банка, а также дополнительных сервисов таких как QR-коды, мобильный эквайринг, сдача выручки через АДМ и тд. Рассчитанный (установленный) уровень цифровизации целесообразно использовать при формировании (определении) репутации, имиджа (бренда), качественного портрета банка. Задачу по определению уровня цифровизации банка предлагается возложить на рейтинговое агентство либо на соответствующее подразделение регулятора - Центрального банка.

#### Список использованных источников

1. Информационная безопасность банков [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://arinteg.ru/articles/informatsionnaya-bezopasnost-bankov-26722.html/>. – Дата доступа 20.05.2021.
2. С чего начинается цифровая трансформация [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.computerworld.ru/cio/articles/170521-itMF-2021-S-chego-nachinaetsya-tsifrovaya-transformatsiya/>. – Дата доступа 20.05.2021.
3. Исследование «Делойт» 4-й выпуск международного обзора цифровизации коммерческих банков [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [https://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/research-center/articles/digital-banking-maturity-2020.html?fbclid=IwAR3JkK0L7ZRxaOB7Dd1QXVRuFPYs89xL6WuSoB2TFQpZ2\\_ED8x--v-P1Jg0# /](https://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/research-center/articles/digital-banking-maturity-2020.html?fbclid=IwAR3JkK0L7ZRxaOB7Dd1QXVRuFPYs89xL6WuSoB2TFQpZ2_ED8x--v-P1Jg0#/). – Дата доступа 20.05.2021.
4. «Делойт» выяснил, каким образом банки завоевывают лояльность клиентов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://nbj.ru/publs/banki-i-biznes/2020/10/15/ljubimchiki-publiki-deloit-vyjasnil-kakim-obrazom-banki-zavoevyvajut-lojal-nost-klientov/index.html>. – Дата доступа: 20.05.2021.