

Банковская система

УДК 336.71

КОЗЛОВА Надежда Павловна¹

¹ ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Ленинградский проспект, 49, Москва, 125993, Россия.

<https://orcid.org/0000-0001-7324-8304>

Козлова Надежда Павловна, к.э.н., доцент, доцент Департамента менеджмента, Москва, E-mail: Nadezda5665@yandex.ru

УСТИНОВА Елизавета Вячеславовна²

² ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Ленинградский проспект, 49, Москва, 125993, Россия.

<https://orcid.org/0000-0002-9087-8436>

Устинова Елизавета Вячеславовна, бакалавр факультета финансовых рынков, студент магистратуры Департамента менеджмента, Москва, E-mail: lizi-ustinova@mail.ru

**ЦИФРОВИЗАЦИЯ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА: ТЕНДЕНЦИИ И
КЕЙСЫ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА**

Аннотация

Предмет/тема. Цифровые технологии и цифровая экономика в современном мире развиваются быстрыми темпами. Цифровизация воздействует на все сферы, в том числе и на банковскую. В статье рассматриваются актуальные тенденции, сформировавшиеся в банковском секторе в условиях цифровой экономики.

Цели/задачи. Провести анализ изменений банковского сектора в условиях цифровой экономики, выделить и рассмотреть основные цифровые технологии, используемые российскими коммерческими банками, и оценить влияние цифровизации на отрасль в целом.

Методология. При исследовании использовались методы теоретического анализа, эмпирического исследования, синтеза и обобщения.

Вывод. Произошедшая эволюция информационных технологий в современном мире дала толчок к созданию цифровой экономики, которая оказывает существенное влияние на методики ведения банковской деятельности и трансформирует привычные инструменты управления банковскими продуктами и услугами.

Ключевые слова: *цифровая экономика, банковский сектор, удаленная идентификация, big data, цифровые каналы, банковский маркетинг, дистанционное банковское обслуживание, мобильный банкинг, интернет-банкинг.*

JEL classification: G21, O31

Banking system

Nadezhda P. Kozlova, Ph.D. (econ.), Associate Professor, Department of Management, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow (E-mail: NPKozlova@fa.ru)

Elizaveta V. Ustinova, Bachelor of the Faculty of Financial Markets, Master of the Faculty of Management, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow (E-mail: lizi-ustinova@mail.ru)

DIGITALIZATION OF THE BANKING SECTOR: TRENDS AND CASES OF DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN MARKET

Abstract

Subject / Topic Digital technologies and digital economy are growing rapidly in the modern world. Digitalization affects all spheres, including banking. The article deals with the current trends in the banking sector in the digital economy.

Goals / Objectives To analyze changes in the banking sector in the digital economy, to identify and consider the main digital technologies used by the Russian commercial banks and to assess the impact of digitalization on this sector as a whole.

Methodology During the research were applied the methods of theoretical analysis, empirical research, synthesis and generalization.

Conclusions and Relevance The evolution of information technologies in the modern world has given a push to the creation of digital economy, which has a significant impact on the banking business and transforms the usual tools of management of banking products and services.

Keywords: *digital economy, banking sector, remote identification, big data, digital channel, bank marketing, mobile banking, online banking.*

За последние несколько лет стало очевидно, что информация и знания в бизнесе – важнейшие корпоративные активы. Организации быстрыми темпами стали разрабатывать и внедрять новые технологии для эффективного функционирования в сложившейся рыночной обстановке.

В конечном итоге произошедшая эволюция информационных технологий в современном мире дала толчок к созданию цифровой экономики, которая оказывает влияние, как на методики ведения бизнеса, так и на корпоративную культуру любого рыночного субъекта.

Первым стратегическим документом, определяющим направления развития информационного общества в Российской Федерации, стала Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 – 2030 годы, утвержденная Президентом Российской Федерации.

Именно этот документ положил начало активному использованию органами государственной власти Российской Федерации, бизнесом и гражданами информационных и коммуникационных технологий.

Официальная трактовка термина «цифровая экономика» приводится в Указе Президента РФ от 09.05.2017 № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 – 2030 годы» и звучит следующим образом: «Цифровая экономика – хозяйственная деятельность, в которой основным фактором выступают данные в цифровом виде, обработка больших объемов и использование результатов анализа которых по сравнению с традиционными формами хозяйствования

позволяют значительно повысить эффективность различных видов производства, технологий и др.» [1].

Президент в своём указе, утверждающем «Стратегию развития информационного общества», говорит, что «Стратегия» нужна как условие формирования в стране «общества знаний». При этом под обществом знаний понимается «общество, в котором преобладающее значение для развития гражданина, экономики и государства имеют получение, сохранение, производство и распространение достоверной информации с учётом стратегических национальных приоритетов РФ» [1].

Перечень цифровых технологий достаточно широк. К информационным технологиям в различных отраслях относятся:

- 1) большие данные;
- 2) нейротехнологии и искусственный интеллект;
- 3) системы распределенного реестра;
- 4) квантовые технологии;
- 5) новые производственные технологии;
- 6) промышленный интернет;
- 7) компоненты робототехники и сенсорики;
- 8) технологии беспроводной связи;
- 9) технологии виртуальной реальности [2].

Цифровая революция, произошедшая во всем мире, оказала влияние и на традиционные устои банковской системы, и обеспечила необходимость и неизбежность радикальных реформ на рынке финансовых услуг.

Многие российские банки уже активно внедряют и тестируют процессы, связанные с цифровыми преобразованиями, однако шансы на успех у разных кредитных организаций неодинаковы.

Крупные игроки рынка активно используют преимущества масштабной деятельности и тех бюджетов, которые они могут выделить на развитие IT- и других новейших технологий.

Для банков, чей капитал и активы являются менее крупными, цифровизация может обернуться большим давлением на финансовый результат в краткосрочной перспективе и в дальнейшем даже может привести к уходу с рынка.

Несмотря на это, никто не станет спорить, что в данный момент складываются благоприятные условия для трансформации банковской отрасли, поскольку клиенты банков массово перешли на активное использование каналов дистанционного банковского обслуживания. В этих условиях задача кредитных организаций заключается в том, чтобы четко понять, что необходимо потребителю, сгенерировать необходимые ресурсы, обеспечить эффективную работу сотрудников и на выходе предложить своим клиентам современные цифровые технологии, продукты и услуги.

В соответствии с тенденциями последнего времени кредитные организации стремительно сокращают количество своих отделений,

оперативно меняют их формат, снабжая оборудованием и инструментами для самостоятельного осуществления клиентами необходимых операций. Персонал же в это время занимается консультированием и оказанием помощи по продажам более сложных финансовых продуктов и услуг.

Очевидно, что успех банка будет зависеть, прежде всего, от того, насколько быстро он адаптируется к турбулентности и изменчивости экономики.

Проведенный авторами анализ позволяет сформулировать перечень основных тенденций, которые наиболее очевидно сформировались в банковском секторе в условиях становления цифровой экономики. Это:

- 1) эффективное применение перспективных методов дистанционного банковского обслуживания (механизмы интернет-банкинга и онлайн-банкинга);
- 2) постоянное использование и совершенствование методов углубленного анализа больших объемов данных (Big Data);
- 3) партнерство и сотрудничество кредитных организаций с финтех-компаниями;
- 4) удаленная идентификация.

Остановимся на этих тенденциях подробнее.

Центр цифровой экономики – это сектор производства цифровых товаров, а также удаленное оказание услуг. Применение цифровых каналов не только позволило уменьшить затраты банка (экономическая выгода образуется из-за сокращения стоимости на обслуживание клиентов), но и увеличить скорость и повысить качество обслуживания клиентов.

Основными цифровыми каналами банка являются интернет-банкинг и мобильный банкинг.

Мобильный банкинг – управление банковскими счетами и операциями при помощи планшетного компьютера, смартфона или обычного телефона [3].

Интернет-банкинг, в свою очередь, является комплексом средств управления банковскими счетами и операциями через глобальную сеть Интернет.

Сокращение отделений банков, изменение их форматов (нацеленность на самостоятельное осуществление клиентами многих операций), а также появление и успешное функционирование банков без отделений привело к зарождению так называемых «необанков».

Такие банки успешно осуществляют свою деятельность только при помощи цифровых каналов, которые позволяют им достаточно успешно привлекать молодую аудиторию, не успевшую привыкнуть к услугам традиционных банков.

Очевидно, что такие банки нацелены на розничный сегмент, однако это не мешает им конкурировать не только с технологически продвинутыми

банками без отделений («Тинькофф Банк»), но и с кредитными организациями традиционного типа.

Ярким примером банков нового поколения является TalkBank – первый в мире банк, с которым клиенты взаимодействуют, общаясь исключительно с чат-ботом.

В целом, очевидно, что развитие дистанционных каналов обслуживания открывает для банков неисчерпаемые возможности в сфере продаж.

За 2018 год по данным аналитического агентства Markswebb Rank & Report наиболее эффективными интернет-банками с точки зрения удобства интерфейсов и функциональности были признаны интернет-банки ПАО «БИНБАНК» (важно отметить, что произошло слияние банка с ПАО «МДМ Банк»), Банка Тинькофф, Промсвязьбанка, Почта Банка, Альфа-Банка. Кроме того, в топ 10 попали два региональных банка – Банк Левобережный и Банк Санкт-Петербург (табл. 1).

Таблица 1 – Рейтинг эффективности интернет-банков для частных лиц [5]

Место	Банк	Оценка
1	Бинбанк	79,2 (8,4 / 7,4)
2	Тинькофф Банк	76,7 (8,6 / 6,6)
3	Банк Левобережный	73,6 (7,7 / 7,0)
4	Почта Банк	72,6 (7,6 / 6,9)
5-6	Банк Траст	72,2 (7,8 / 6,6)
	Промсвязьбанк	72,2 (7,7 / 6,7)
7	Банк Уралсиб	72,0 (8,0 / 6,3)
8	Альфа-Банк	68,6 (7,7 / 5,9)
9	Райффайзенбанк	66,7 (7,1 / 6,2)
10	Банк Санкт-Петербург	66,6 (7,5 / 5,7)

Поскольку аудитория банков не была полностью готова использовать мобильный банкинг (во многих регионах население не в состоянии приобрести современный смартфон), весь прошедший год активно велась работа над улучшением интернет-банков для физических лиц.

В таблице 1 итоговый балл оценки эффективности интернет-банка оценивался по шкале от 0 до 100 баллов. В скобках же приведены, соответственно, оценки функциональных возможностей и удобства интернет-банков по шкале от 0 до 10 баллов. Из данных, представленных в таблице, видно, что эти оценки все еще далеки от идеальных, а значит в этом направлении предстоит еще много сделать.

Среди наиболее значимых функций, предоставляемых и реализуемых интернет-банкингом, клиенты отмечают прежде всего:

– возможность получения необходимых услуг без посещения офиса банка или звонка в call-центр;

- автоматическое определение платежной системы и банка-эмитента по введенному номеру карты;
- контроль операций, проводимых с разными видами карт (например, оперативное отражение в электронных выписках списания средств со счета, которые система готовит сама);
- оплата услуг мобильной связи и ЖКХ;
- оплата штрафов, госпошлин, услуг иных государственных и негосударственных организаций.

Следует отметить, что в России для удаленного доступа к продуктам и услугам банка клиенты активнее всего используют мобильный банкинг. По данным McKinsey с 2014 по 2016 год уровень распространенности мобильного банкинга вырос втрое (Рисунок1).

Сегодня для многих пользователей (особенно для населения индустриально развитых и крупных городов) мобильный банкинг является первым и зачастую единственным каналом обслуживания. Именно поэтому можно утверждать, что в перспективе российские банки могут сконцентрировать усилия на успешном переводе клиентов поколения Z, а также финансово грамотного населения на обслуживание только через мобильные приложения, минуя call-центры и интернет-банкинг.



Рисунок 1 – Проникновение цифровых каналов [4]

Мобильный банкинг постоянно развивается и совершенствуется. К настоящему времени сформировались следующие актуальные тенденции.

1. Замена call-центра и SMS уведомлений чат-ботами и push-уведомлениями соответственно. Чат-боты на сегодняшний день существенно снижают нагрузку на контакт-центр, предоставляя определенный массив информации по запросу клиентов. Push-уведомления

вытесняют SMS, выполняя функции доставки одноразовых паролей, уведомлений и т.д.

2. Перенос в мобильное приложение все большего числа функций, которые ранее реализовывались через отделения банков, банкоматы и контакт-центры. Среди таких функций можно выделить активацию кредитных и дебетовых карт, закрытие вкладов и текущих счетов, досрочное погашение кредитов, смену PIN-кода и другое.

3. Активное использование на постоянной основе бесконтактных технологий. С момента запуска Apple Pay и Samsung Pay в России в мобильных приложениях большинства кредитных организаций появилась возможность добавить карту, просмотреть ее статус подключения к платежной системе и отключить карту от платежной системы.

Важно упомянуть о том, что в отличие от западных потребителей финансовых услуг, российские клиенты (речь идет о розничном бизнесе) не имеют привычки регулярно поддерживать личные контакты с работниками банка или с call-центром. Это в известной степени способствует более динамичному развитию цифровых банковских сервисов и росту числа их клиентов.

Сектор корпоративных клиентов, в отличие от розничного, менее подвержен изменениям, связанным с цифровизацией экономики и проникновением цифровых технологий и каналов в систему расчетов с банками. В России для юридических лиц в приоритете остаются личные отношения и история взаимодействий с банками. Корпоративному бизнесу только предстоит погрузиться с цифровой трансформацию.

Помимо универсального мобильного банкинга (имеется в виду классическое приложение, с возможностью совершения множества операций), банки сегодня создают мобильные приложения с особыми функциями для отдельных популярных направлений. Например, мобильный банкинг в мессенджере (TalkBank), детский мобильный банкинг (Райффайзенбанк, Сбербанк, Почта Банк), кредитные приложения (ДомКлик от Сбербанка и др.)

Необходимо упомянуть о том, что в 2018 году (в мобильном банкинге) активно развивались инструменты инвестирования в финансовые инструменты (облигации, акции, валюту и др.). Это также можно отнести к специфическим приложениям кредитных организаций.

Подавляющее большинство банков вынесли инвестиционный функционал в отдельные приложения. Клиентам это дает возможность открывать новые брокерские счета, отправлять заявки на заключение договоров с управляющими компаниями, просматривать состояние своих брокерских счетов и портфелей инвестиций.

Второй, отмеченной выше, тенденцией, сложившейся в банковском секторе и позволяющей кредитным организациям успешно функционировать, формировать индивидуальные предложения и

эффективно распределять ресурсы сегодня является применение методов углубленного анализа больших объемов данных (Big Data).

Поток данных, как известно, имел место всегда, однако только в конце XX века, когда Интернет прочно закрепился в нашей жизни, массивы данных начали разрастаться взрывными темпами.

Развитие социальных сетей, видео-, аудио- и геолокационных сервисов привело к повсеместной востребованности информационных продуктов и услуг. Чтобы определить необходимость предложения таких продуктов, банки должны собирать и проводить анализ больших объемов различных данных из множества источников, систематизировать, обрабатывать их и т.д. На выходе данная информация становится важнейшим стратегическим активом для кредитной организации, который помогает ей сохранить свои позиции на финансовом рынке.

Более того, сегодня потребитель больше не хочет быть одним из многих и ожидает, что банк сможет предложить персонально ему ту или иную услугу в нужный момент времени.

Именно с развитием данных процессов, а также с изменением потребительских предпочтений и ожиданий и связано стремительное развитие углубленных методов анализа.

Важно отметить, что большие данные применяют для исследований и анализа быстро изменяющихся, динамичных данных. Их применение способствует глубокому изучению данных и интерактивности этого процесса. Big Data предназначена, в первую очередь, для обработки существенного объема информации, которая не структурирована и обладает высокой скоростью накопления, и это одна из проблем больших данных. Такой информацией не просто управлять. Решение о том, как наиболее эффективно использовать эти данные, принимается только лишь после осуществления их сбора.

К отличительным чертам Big Data относятся «Пять V»:

- Volume – величина физического объёма,
- Velocity – скорость прироста и необходимости быстрой обработки данных для получения результатов,
- Variety – возможность одновременно обрабатывать различные типы данных,
- Veracity – достоверность данных,
- Value – ценность накопленной информации.

Big Data занимают важное место в разных отраслях, в том числе и в финансовом секторе. Вот перечень задач, которые можно решить методами Big Data на финансовых рынках:

- анализ социальных сетей;
- анализ текучести клиентов;
- анализ поведения потребителей;
- анализ рекламных кампаний;

- оптимизация ценовой политики;
- управление документами и доступом;
- сегментирование клиентов;
- оптимизация IT-инфраструктуры;
- выявление мошеннических действий и др.

Как известно, основным фактором, определяющим развитие технологий Big Data, является конкуренция. Поэтому наиболее успешные проекты реализуются в самых конкурентных отраслях, к которым с уверенностью можно отнести банковский сектор.

Ключевой вопрос использования технологий Big Data на финансовых рынках состоит в том, чтобы понять, в какой мере работа с ними позволит повысить производительность, избежать рисков, спрогнозировать и расширить возможности компаний [6]. Не использовать возможности Big Data для банков означает утратить конкурентоспособность и отказаться от дальнейшего развития. В глобальном же масштабе, грамотное использование Big Data способно изменить и уже меняет финансовую систему в целом.

Ярким примером успешного применения Big Data является ПАО «Сбербанк». 22 ноября 2016 г. был запущен проект «Открытые данные». Это новый информационный продукт, ядром которого является Big Data, содержащий агрегированные данные по финансовой активности клиентов банка. Все данные находятся в открытом доступе и содержат информацию об экономических процессах, происходящих в стране. Любой пользователь, может использовать данный инструмент для необходимого анализа. Кроме того, можно на платной основе заказать исследования и отчеты, которые проведет сама кредитная организация.

ПАО «Сбербанк» предлагает возможность анализа множества показателей. К ним можно отнести выручку юридических лиц в разрезе отраслей и регионов, уровень доходов физических лиц (зарплаты, пенсии, стипендии и т.д.), количество заявок на различные виды кредитов и депозитов, средние расходы по карточным транзакциям, склонность населения к сбережениям и потреблению, уровень закредитованности регионов, долю расходов на еду, ЖКХ, транспорт и др. Этот список регулярно дополняется и расширяется. Благодаря большим данным, ПАО «Сбербанк» имеет возможность обработки массивов необходимых данных, построения моделей отклика населения на продукты и услуги в совокупности с профилем трат и сбережений. Важно отметить, что использование Big Data позволяет также осуществлять точное сегментирование потребителей по различным факторам, к которым, к примеру, можно отнести их финансовое поведение.

При этом необходимо понимать, что публикации подлежат только агрегированные данные клиентов банка, а персональная информация о

клиентах или информация, содержащая коммерческую тайну, не подлежит раскрытию [7].

Проект «Открытые данные» Сбербанка обладает множеством преимуществ.

Первое из них – возможность подробной детализации по регионам, областям, городам и даже поселкам. Обычные статистические данные чаще всего раскрывают детализацию только до субъектов Федерации или укрупненных отраслей экономики.

Вторым преимуществом является возможность получить ежедневную динамику по многим показателям, в то время как обычные данные предоставляются поквартально или ежемесячно.

Третье преимущество связано с возможностью анализа по любым сегментным группам.

Помимо Сбербанка Большие данные также активно используются в таких крупных банках как Тинькофф Банк, Альфа-Банк, ВТБ, Райффайзенбанк и др.

Например, в Райффайзенбанке осуществляются несколько проектов Big Data, которые направлены на улучшение обслуживания и работы с потенциальными частными клиентами за счет отслеживания поведенческих характеристик при противодействии мошенничеству, принятии решений по кредитным заявкам, а также при сегментации клиентов и создании маркетинговых кампаний в аналитической CRM.

Важно отметить, что внедрение технологий Big Data помогло Райффайзенбанку в значительной мере ускорить обработку данных для формирования ежедневной отчетности.

В целом, применение технологий Big Data решает задачи, связанные с маркетингом и продажами, детальным и глубоким анализом потребностей потенциальных и существующих клиентов, анализом поведения в социальных сетях, кредитным скорингом и др.

Еще одной тенденцией в развитии банковского сектора, способствующих его цифровизации, является развитие активного партнерства и сотрудничества кредитных организаций с финтех-компаниями. Несмотря на различие в культуре и методах управления, а также в моделях бизнеса и операционных процессах, банки сегодня активнее прочих финансовых организаций вступают в партнерства с компаниями финтех-сегмента и создают венчурные фонды для финансирования финтех-компаний [8].

Компании финансово-технического сектора активно предлагают рынку все более инновационные технологические решения. Это создает для банков как новые возможности, так и риски. Однако, формирование партнерских отношений с финтех-компаниями, в конечном итоге, должно помочь кредитным организациям повысить конкурентоспособность, укрепить позиции на рынке и перенять опыт использования инструментов цифровой экономики.

Успешным примером сотрудничества с финтех-сегментами (с использованием технологий Big Data в целях банковского маркетинга) является опыт ПАО «Сбербанк».

Не столь давно банк приобрел контрольный пакет RuTarget, компании, разработавшей известную рекламную платформу Segmento, включающую системы больших данных и искусственного интеллекта. Таким образом, можно сказать, что Сбербанк вышел на рынок умной рекламы.

Суть платформы Segmento состоит в обработке огромного объема данных о поведении людей в сети Интернет. С ее помощью можно проанализировать, какие страницы посещали потенциальные и существующие клиенты, чем интересовались в социальных сетях. На основании этого анализа платформа предсказывает действия пользователей и точно таргетирует рекламу во всех онлайн-каналах. Кроме того, использование информации, которая содержится в клиентских базах непосредственно самого Сбербанка, делает таргетирование еще более точным.

Еще одним примером сотрудничества является положительный опыт компании SweetCard, которая является разработчиком платформы таргетированных предложений скидок (кэшбэка) держателям банковских карт, на основании истории их транзакций. Это позволяет банкам значительно увеличить транзакционную активность держателей банковских карт, повысить лояльность и снизить отток клиентов, а ритейлерам получить выгодный канал привлечения новых клиентов и роста продаж. Бизнес-модель компании SweetCard строится на том, что происходит взимание платы с ритейлеров (которые должны стать партнерами платформы) за каждую покупку клиента, которая совершается в рамках таргетированного предложения, сформированного платформой. С банков платы не взимается.

Платформа SweetCard проводит анализ информации о карточных транзакциях клиентов по различным параметрам (покупки у конкурентов, средний чек, категории покупок, траты в категории, регион, пол, возраст, география покупок и т.д.). Полученная информация используется платформой и торговыми точками для формирования таргетированных предложений клиентам в виде кэшбэка за покупки. Банк доносит предложения ритейлеров, используя различные каналы коммуникаций: sms, e-mail, интернет-банк и мобильный банк.

Механизм работы с точки зрения клиента предельно прост: покупатель видит предложение от лица банка, клиентом которого он является, использует карту при оплате покупки у ритейлера, получает кэшбэк себе на счет.

Функции банков сводятся к предоставлению данных о платежных участниках в online режиме, информированию клиентов о предложениях партнеров программы, рассылке таргетированных предложений по вышеназванным каналам.

Функциями компании SweetCard, в свою очередь, являются поиск и привлечение партнеров, а также их сервисное обслуживание и техническая поддержка, разработка мобильных и веб-приложений бонусной программы, защита от мошенничества и формирование фонда для выплат кэшбэка клиентам. Кроме того, компания анализирует различные поведенческие модели и склонности покупателей, истории отклика клиентов на предложения и активно используют инструменты геотаргетинга.

Таким образом, все участники данной программы получают выгодные преимущества. Банки увеличивают транзакционную активность клиентов, стимулируя их к регулярному использованию карт, уменьшают отток клиентов и увеличивают количество безналичных расчетов, вызывают интерес к использованию других банковских продуктов. Покупатели получают релевантные, выгодные предложения, а ритейлеры – возможность роста продаж и привлечения новых клиентов [9].

И наконец, последняя, но не менее значимая тенденция, отмеченная за последнее время в банковском секторе - удаленная идентификация, которая на сегодняшний день развивается стремительными темпами.

Прежде чем приступить к более подробному рассмотрению этого тренда, необходимо определиться с понятием Единой биометрической системы (ЕБС). Единая биометрическая система — цифровая платформа идентификации по голосу и изображению лица, разработанная компанией «Ростелеком» по инициативе Министерства связи и массовых коммуникаций РФ и Центрального Банка РФ [10].

В перспективе Единая биометрическая система призвана стать национальной платформой для осуществления безопасного и оперативного доступа к государственным и коммерческим услугам. Для использования биометрических данных в разных сферах наиболее перспективными отраслями можно назвать сектор финансовых услуг, государственный и муниципальный сектор, нотариат, здравоохранение, образование, ритейл и другие.

Банковская отрасль стала лидером внедрения ЕБС не случайно. Ее характерной особенностью является наиболее жесткий контроль за идентификацией клиентов.

Основная идея применения ЕБС состоит в том, что при регистрации в системе и сдаче биометрических образцов, граждане России смогут дистанционно получать продукты и услуги в российских банках.

Сущность и процесс удаленной идентификации можно охарактеризовать следующей последовательностью.

1. Для регистрации в Единой биометрической системе (ЕБС) клиенту необходимо один раз посетить офис банка.

2. Далее происходит регистрация в Единой системе идентификации и аутентификации — ЕСИА (данная система используется для доступа к portalу Госуслуг).

3. Банковский сотрудник «снимает» биометрические данные пользователя. Биометрическими данными является изображение лица и запись голоса. Эти параметры загружаются в Единую биометрическую систему.

4. Дальнейшая идентификация клиента банка в Единой биометрической системе происходит по двум вышеперечисленным параметрам — голосу и лицу, одновременное использование которых позволяет определить личность человека.

5. Регистрация в ЕБС позволяет пользователям дистанционно получать продукты и услуги любого банка, работающего с системой.

6. Клиенту будет необходимо ввести логин/пароль от ЕСИА и произнести сгенерированную системой короткую контрольную фразу. Разумеется, это будет необходимо сделать, глядя в камеру мобильного телефона или компьютера.

7. В итоге клиент приобретает продукт или услугу дистанционно.

По данным финансового информационного портала «Banki.ru» компания «Ростелеком» и Тинькофф Банк подписали на форуме Finopolis 2018 соглашение о сотрудничестве и взаимодействии в рамках Единой биометрической системы [11].

Банк «Тинькофф» будет отвечать за распознавание голосовых образцов клиентов при удаленной идентификации и «Тинькофф Центр Разработки» станет одним из вендоров биометрических данных в Единой биометрической системе.

Следует отметить, что «Тинькофф Центр Разработки» и компания «Ростелеком» проводили тестирования этой системы и провели подготовительные работы в целях подтверждения ее рабочих характеристик по точности распознавания и скорости обработки данных. В течение нескольких месяцев велась доработка и к октябрю 2018 года алгоритм удаленной идентификации «Тинькофф Центр Разработки» был протестирован и готов к тому, чтобы с его использованием осуществлялась обработка голосовых биометрических данных в Единой биометрической системе.

Александр Емешев, вице-президент Тинькофф Банка, директор по разработке новых продуктов утверждает, что применение голосовой биометрии в банке развивается с 2017 года. Результатом использования стало сокращение времени на подтверждение личности клиента через контакт-центр с 60 до 15 секунд (в 4 раза). Специально для интеграции с ЕБС произошла адаптация биометрического алгоритма для повышения его эффективности.

Важным фактом является то, что теперь банки имеют право открывать и вести счета (вклады) клиентов – физических лиц, предоставлять кредиты клиентам – физическим лицам, а также осуществлять переводы денежных средств между счетами физических лиц по их поручению, без их личного

присутствия, после проведения идентификации клиентов путем установления и подтверждения достоверности сведений [12]. Таким образом, изменилось законодательство в отношении оказания банковских услуг – при использовании Единой системы идентификации и аутентификации и Единой биометрической системы личное присутствие клиента в офисе банка не требуется.

Применение удаленной идентификации клиентов в финансовой сфере регламентируется Федеральным законом № 482-ФЗ от 31.12.2017 г. «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации». Данный закон вносит изменения в два Федеральных закона: № 115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» и № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».

Используя механизм Единой биометрической системы, банки смогут расширять возможности доступа к цифровым продуктам и услугам для клиентов, проживающих в труднодоступных районах и для маломобильной части населения. Более того, это позволит снизить стоимость и повысить качество услуг и в дальнейшем изменить характер отношений между государством, кредитными организациями и населением.

Важной проблемой, о которой необходимо помнить, является безопасность всех ресурсов, использующих цифровые технологии.

Необходимо на регулярной основе дорабатывать законодательство в отношении борьбы с киберпреступностью и мошенничеством, создавать подразделения квалифицированных кадров, разрабатывать защищенные технологические решения, обеспечивать взаимодействие между всеми участниками глобальной экономики. При этом не следует забывать о том, что обеспечение безопасности не должно тормозить рост и развитие технологий [13].

Необходимо упомянуть о том, что Центральный Банк России активно способствует формированию благоприятной среды для развития цифрового сектора. В конце 2016 года Центральный Банк Российской Федерации учредил ассоциацию «ФинТех», в которую помимо мегарегулятора вошли крупнейшие российские компании, такие как: Сбербанк, Тинькофф Банк, ВТБ, QIWI, МТС, Московская биржа, Ростелеком и другие.

Основными целями ассоциации являются разработка и внедрение новых технологических решений в целях обеспечения развития финансового рынка и создание условий для цифровизации экономики Российской Федерации [14].

Кроме того, ассоциация «ФинТех» призвана совершенствовать нормы регулирования и вырабатывать эффективные финансовые решения, касающиеся использования на финансовом рынке передовых технологий (распределенного реестра, удаленной идентификации и др.), проводить

исследования, анализировать международный опыт, формировать перечень приоритетных направлений, реализовывать собственные проекты, готовить предложения по изменению или созданию законодательной базы и оказывать помощь действующим членам ассоциации.

В заключении можно отметить, что в настоящее время в банковском секторе сложились все предпосылки для полноценной цифровой трансформации. В отрасли уже накоплен положительный опыт применения перспективных методов дистанционного банковского обслуживания клиентов, лидеры отрасли с успехом используют и совершенствуют методы углубленного анализа больших объемов данных (Big Data), банки открыты для сотрудничества с финтех-компаниями, готовы использовать сервисы удаленной идентификации, позволяющие клиентам получать банковские услуги удаленно, при наличии смартфона или компьютера с интернетом.

Цифровая экономика оказала существенное влияние не только на банковскую сферу, но и на весь мир, поэтому необходимо использовать все возможности быстрой адаптации к сложившейся ситуации и ставить перед собой новые амбициозные цели для достижения успеха.

Список источников

1. Указ Президента РФ от 09.05.2017 № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 – 2030 годы.
2. Распоряжение Правительства РФ от 28.07.2017 № 1632-р «Об утверждении программы «Цифровая экономика Российской Федерации».
3. Финансово информационный портал «Banki.ru» [Электронный ресурс] URL: <http://www.banki.ru> (дата обращения: 25.11.2018).
4. Исследование McKinsey & Company. Цифровая Россия: новая реальность (Июль 2017)
5. Аналитическое агентство Markwebb Rank & Report [Электронный ресурс] URL: <http://markwebb.ru> (дата обращения: 29.11.2018).
6. Булгаков А.Л. (2017) – Булгаков А.Л. Big Data в финансах// Journal of Corporate Finance Research / Корпоративные финансы 2017 | Vol. 11 | № 1
7. Официальный сайт ПАО «Сбербанк» [Электронный ресурс] URL: <https://www.sberbank.ru> (дата обращения: 29.11.2018).
8. PricewaterhouseCoopers (Pwc). Всемирный обзор ФинТех-сегмента, 2016 г.
9. Официальный сайт компании SweetCard [Электронный ресурс] URL: <http://sweetcard.com> (дата обращения: 30.11.2018).
10. Российский интернет-портал и аналитическое агентство Tadviser [Электронный ресурс] URL: <http://www.tadviser.ru> (дата обращения: 25.11.2018).
11. Официальный сайт АО «Тинькофф Банк» [Электронный ресурс] URL: <https://www.tinkoff.ru> (дата обращения 29.11.2018).
12. Федеральный закон "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации" от 31.12.2017 N 482-ФЗ
13. Сидорова А.С. (2108) – Сидорова А.С. Влияние цифровых технологий на экономику России// Российский внешнеэкономический вестник. 2018. № 8. С. 119-128.

14. Официальный сайт ассоциации «ФинТех» [Электронный ресурс] URL: <http://fintechru.org/> (дата обращения: 29.11.2018).

References

The decree of the President of the Russian Federation dated 09.05.2017 № 203 «On the Strategy of information society in the Russian Federation for 2017 – 2030. [Ukaz Prezidenta RF ot 09.05.2017 № 203 «O Strategii razvitiya informacionnogo obshchestva v Rossijskoj Federacii na 2017 – 2030 gody]. [in Russian]

The decree of the RF Government from 28.07.2017 № 1632-r «On approval of programme "Digital economy of the Russian Federation». [Rasporyazhenie Pravitel'stva RF ot 28.07.2017 № 1632-r «Ob utverzhenii programmy «Cifrovaya ehkonomika Rossijskoj Federacii»)]. [in Russian]

Financial information portal "Banki.ru" [Electronic resource] URL: <http://www.banki.ru> date of access (25/11/2018). [Finansovo informacionnyj portal «Banki.ru» [EHlektronnyj resurs] URL: <http://www.banki.ru>]. [in Russian]

The research of McKinsey & Company. Digital Russia: a new reality (July 2017). [Issledovanie McKinsey & Company. Cifrovaya Rossiya: novaya real'nost' (Iyul' 2017)]. [in Russian]

Analytical agency Marksw Webb Rank & Report [Electronic resource] URL: <http://marksw Webb.ru> date of access (29/11/2018). [Analiticheskoe agentstvo Marksw Webb Rank & Report [EHlektronnyj resurs] URL: <http://marksw Webb.ru>]. [in Russian]

Bulgakov A.L. (2017) – Bulgakov A. L. Big Data in Finance [Big Data v finansah] / Journal of Corporate. Finance | corporate Finance Research / Corporate Finance 2017 / Vol. 11 / № 1 [Korporativnye finansy 2017 | Vol. 11 | № 1]. [in Russian]

Official website of PAO Sberbank [Electronic resource] URL: <https://www.sberbank.ru> date of access (29/11/2018). [Oficial'nyj sajt PAO «Sberbank» [EHlektronnyj resurs] URL: <https://www.sberbank.ru>]. [in Russian]

PricewaterhouseCoopers (Pwc). World Fintech segment review, 2016 [PricewaterhouseCoopers (Pwc). Vsemirnyj obzor FinTekh-segmenta, 2016 g.]. [in Russian]

Official website of the Sweet Card company [Electronic resource] URL: <http://sweetcard.com> date of access (30/11/2018). [Oficial'nyj sajt kompanii SweetCard [EHlektronnyj resurs] URL: <http://sweetcard.com>]. [in Russian]

Russian Internet portal and analytical agency TadviseR [Electronic resource] URL: <http://www.tadviser.ru> date of access (25/11/2018). [Rossijskij internet-portal i analiticheskoe agentstvo TadviseR [EHlektronnyj resurs] URL: <http://www.tadviser.ru>]. [in Russia]

Official website of JC Tinkoff Bank [Electronic resource] URL: <https://www.tinkoff.ru> date of access (29/11/2018). [Oficial'nyj sajt AO «Tin'koff Bank» [EHlektronnyj resurs] URL: <https://www.tinkoff.ru>]. [in Russia]

Federal law «On modification of separate legal acts of the Russian Federation» dated 31.12.2017 N 482-FZ [Federal'nyj zakon "O vnesenii izmenenij v otdel'nye zakonodatel'nye akty Rossijskoj Federacii" ot 31.12.2017 N 482-FZ]. [in Russia]

Sidorova A. S. (2018) – Sidorova A. S. The impact of digital technologies on the Russian economy [Vliyanie cifrovyh tekhnologij na ehkonomiku Rossii] // Russian foreign economic bulletin. 2018. №. 8. P. 119-128. [Rossijskij vneshneehkonomicheskij vestnik. 2018. № 8. S. 119-128.]. [in Russia]

Official website of the Association "FINTECH" [Electronic resource] URL: <http://fintechru.org/> date of access (29/11/2018). [Oficial'nyj sajt asociacii «FinTekh» [EHlektronnyj resurs] URL: <http://fintechru.org/>]. [in Russia]