Маркетинг

УДК 65

БАЛОВА Сюзана Лядиновна
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Ленинградский проспект, 49, Москва, 125993, Россия.
https://orcid.org/0000-0002-5895-7361
Балова Сюзана Лядиновна, кандидат экономических наук, доцент Департамента «Менеджмент», Москва. E-mail: syu52@yandex.ru

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ВЗАИМООТНОШЕНИЯ ФИНАНСОВОГО СЕК ТОРА С КЛИЕНТАМИ

Аннотация

Предметом исследования является влияния инновационных технологий на трансформацию модели работы с клиентами рынка финансовых услуг.

Целью исследования является обосновать вопросы развития инновационных финансовых технологий и их активного внедрения в сферы банковской деятельности, страхования, управления активами и т.д. и формирование поведенческих технологий для выработки новых форм и параметров поведения потребителей на финансовом рынке.

Для реализации поставленной цели потребовалось решить следующие задачи: определить основы исследования поведенческих технологий в сфере финансовых услуг, уточнить понятие финансовые технологии, которое отражает современный процесс обслуживания клиентов в финансовом секторе; проанализировать и обобщить основные тенденции развития рынка цифровых технологий; раскрыть факторы, усложняющие внедрение новых технологий и активизирующие конкуренцию на финансовом рынке, определить прогноз основных направлений технологического развития банков и страховых компаний, которые могут повлиять на поведение потребителей банковских и страховых услуг.

Методологической основой данного исследования послужили научные труды отечественных и зарубежных ученых, законодательные и нормативные акты, регулирующие банковскую деятельность в РФ, научные монографии, диссертационные исследования, статьи в периодических изданиях, методические рекомендации по разработке программ лояльности клиентов банков.

Вывод. Современные организации финансового сектора не могут выстраивать эффективную модель бизнеса, основываясь на традиционной модели обслуживания клиентов, т.к. реальность рынка вынуждает финансовые организации совершенствовать классические механизмы и технологии предоставления финансовых услуг физическим и юридическим лицам, искать инновационные подходы в области поведенческих технологий.

Ключевые слова: *поведенческие технологии, финансовые технологии, финансовое поведение, финансовые инновации, финансово-технологические цифровые платформы*

JEL classification: Z33

Marketing

Suzana L.Balova, Ph.D (Economics), Associate professor Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russian Federation. E-mail: syu52@yandex.ru

MODERN TECHNOLOGY OF THE RELATIONSHIP BETWEEN THE FINANCIAL SECTOR AND CUSTOMERS

Abstract

Importance Conduct a study of the impact of innovative technologies on the transformation of the model of work with clients of the financial services market.

Objective The purpose of the study is to substantiate the development of innovative financial technologies and their active implementation in the banking, insurance, asset management, etc. and the formation of behavioral technologies for the development of new forms and parameters of consumer behavior in the financial market.

Methods The methodological basis of this study was the scientific works of domestic and foreign scientists, legislative and regulatory acts regulating banking activities in the Russian Federation, scientific monographs, dissertations, articles in periodicals, methodological recommendations for the development of customer loyalty programs of banks

Conclusions and Relevance Modern organizations of the financial sector cannot build an effective business model based on the traditional model of customer service, because The reality of the market is forcing financial organizations to improve the classical mechanisms and technologies for providing financial services to individuals and legal entities, to seek innovative approaches in the field of behavioral technologies.

Keywords: *behavioural engineering, financial technologies (FinTech), financial behavior, financial innovation, financial and technological digital platforms*

Развитие финансовых технологий стремительными темпами набирающую силу, трансграничность финансовых услуг, создают дополнительные возможности для развития финансового сектора, порождая при этом изменение поведения и запросов потребителей, требующих внимания и своевременной реакции финансовых организаций и формирующих новый взгляд клиента на взаимодействия с финансовыми институтами рынка.

В эпоху продвинутых технологий информация о данных потребителей становятся все более ценными, т.к. позволяют участникам рынка финансовых услуг лучше вникать в предпочтения своих пользователей, усиливать свою конкурентоспособность на рынке и предоставлять необходимый финансовый продукт или услугу клиенту в определенное время. Бихевиористская наука анализирует факторы, влияющие на изменение поведение потребителей, а также убеждающие людей изменять привычки, а также финансовое поведение.

Поведенческие технологии (англ. behavioural engineering (выработка новых форм и параметров поведения)) — это основа создания системы эффективных customer focus human-2-human коммуникаций, релевантных базовым потребностям и ценностям целевых групп. Основа методологии

базируется на создании ценностных предложений на базе поведенческого профиля индивида, его базовых мотивов и стратегий принятия решений. [1]

Цели поведенческих технологий:

- *Создание эффективных ценностных предложений* (короткое объяснение выгоды торгового предложения) *для различных целевых аудиторий.* Результат: сокращение Time to market (насколько быстро компания, продукцию которой мы используем, отвечает на запросы рынка и потребителей нового продукта) в 3 раза.
- *Рост продаж.* Результат: рост продаж продукции от 20% до 100% и выше.
- *Удержание клиентской базы*. Результат: сокращение оттока до 40%, улучшение NPS (Индекс лояльности (англ. *Net Promoter Score*) — индекс определения приверженности потребителей товару или компании), CRR (англ. *Customer Retention Rate* (удержание клиентов)-способность компании сохранять долгосрочные отношения с клиентом)) и др. показателей.
- *Повышение операционной эффективности* (достижение наилучшего соотношения между задействованными ресурсами и конечными результатами работы). Результат: рост операционной эффективности персонала до 50%.
- *Рост LTV* (*Lifetime Value)* — это совокупная прибыль компании, получаемая от одного клиента за все время сотрудничества с ним)). Результат: рост LTV от 15%.
- *Оптимизация CPA и CPC. CPA* (Cost Per Action или Cost Per Acquisition/Cost Per Lead/Cost Per Sale) — стоимость целевого действия и рассчитывается как результат деления суммы рекламных расходов на количество выполненных целевых действий (регистрации, подписки на рассылку, пробный период и др.); *CPC* (от англ. cost per click — цена за клик) — это сумма, которую рекламодатель платит поисковым системам и другим интернет издателям за один клик по его рекламе, который принес одного пользователя на его сайт. Результат: снижение показателей CPA, CPC от 30%.
- *Увеличение эффективности HR менеджмента* (англ. human resources management, HRM) Управление персоналом. Результат: рост Employee Life Cicle (аутстаффинговая модель ELC-модель включает полный «жизненный цикл» сотрудника в компании: начиная с поиска и отбора кандидата на вакансию и заканчивая прекращением трудового договора, а также полное кадровое администрирование и расчет заработной платы сотрудников) и других показателей.

Данные поведенческие технологии эффективно применяются в маркетинге и брендинге, переговорах и продажах, кадровом менеджменте и создании корпоративной системы клиентоориентированности.

Особенности изучения потребностей клиентов для разработки новых банковских продуктов и услуг, представлены в трудах зарубежных авторов как Ф. Котлер, А. Г. Ассель, Синки Дж., Питер С. Роуз, Джозлин Р., Д. Симонсон, Г. Мэйсон и других экономистов-маркетологов. Также известны исследования ученых и специалистов как В. Баранчеев, Л. А. Зубченко, И. Т. Балабанов, Л. П. Белых, М. З. Бор, С. В. Гагарин, Н. А. Кравченко, Ю. С. Масленчеков, Б. Е. Пеньков, В. В. Пятенко, А. Ю. Симановский, И. О. Спицын, Н. Т. Стрельцова и др.

Изменение привычек потребителя финансовых услуг, его требований и ожиданий, влияет на развитие финансового рынка и во многом определяет подходы регулятора. В 2017 году Р. Таллер, почётный профессор поведенческих наук и экономики Школы бизнеса Чикагского университета, получил Нобелевскую премию за вклад в поведенческую экономику и доказал предсказуемость иррациональностей в поведении человека под влиянием окружающей среды и возможность моделирования их последствий. Прогресс цифрового мира привел к появлению целого поколения пользователей, проводящих большую часть своего времени в «режиме онлайн». Возросшая клиентоориентированность бизнеса в последнее десятилетие вырабатывает у человека требовательность к сервису. Одновременно с появлением больших возможностей осуществлять бытовые действия через Интернет, растет осознание ценности своего времени.

Преобразование услуг финансового сегмента связано с внедрением цифровых технологий, которые индустриализируют процессы, сокращают издержки, меняют поведение потребителя. В рамках документа ЦБРФ «Основные направления развития финансовых технологий на период 2018-2020 гг.» определены основные цели и задачи развития инновационных технологий на финансовом рынке Российской Федерации и в Банке России, среди которых поддержка инноваций и обеспечение доступности финансовых продуктов и услуг для населения и бизнеса, в перспективе будет способствовать устойчивому развитию поведенческих технологий в финансовом секторе и повышению конкурентоспособности финансового сектора.[2]

Инновационные и технологические инструменты, внедряемые банковскими учреждениями, формируют лояльность клиентов и создают положительный имидж банка для укрепления его положения в конкурентной среде. *Традиционным определением инновационных технологий* является следующее: это радикально новые или усовершенствованные технологии, которые существенно улучшают условия производства в системе экономических отношений предпринимательства. [3]

Финансовые инновации можно подразделить на три большие категории.[4]

- *Новые финансовые продукты и услуги* (новые виды депозитов, способные совмещать преимущества ликвидности с достоинствами высоких процентных доходов, новые виды кредита (например, субстандартные кредиты заемщиками, которые ранее не попадали в релевантную сферу банков), новые типы ценных бумаг (секьюритизация плохих или странных ссуд, индексируемые на инфляцию, валютные и процентные свопы));
- *Новые финансовые процессы (*получили развитие такие финансовые операции, как электронная коммерция, банкоматы, электронные деньги, мобильный и он-лайн банкинг, "умные" кредитные и дебетовые карты);
- *Новые финансовые институты* (новые виды банков – виртуальные организации без офисов и физического присутствия, а также возникла разветвленная сеть небанковского денежно-кредитного посредничества в виде паевых инвестиционных фондов, финансовых конгломератов, микрофинансирования, ссудо-сберегательных ассоциаций, финансовых бутиков, ипотечных домов, хедж-фондов и т.д.)

Факторы, усложняющие внедрение новых технологий и активизирующие конкуренцию на финансовом рынке следующие:

- необходимостью инноваций;
- меняющимися требованиями клиентов;
- растущим давлением со стороны регулирующих организаций.

К новым технологиям в финансовой сфере относятся:

- ИКТ (информационно-компьютерные технологии);
- краудфандинг(коллективное сотрудничество людей (доноров), которые добровольно объединяют свои деньги или другие ресурсы вместе, как правило, через Интернет, чтобы поддержать усилия других людей или организаций (реципиентов));
- интеграция с криптовалютами (разновидность цифровой валюты, создание и контроль за которой базируются на криптографических методах учёт которого зачастую децентрализованы);
- трансформация транзакций;
- введение новых сервисов;
- и др. возможности

Большую популярность в последнее время набирают финансово-технологические цифровые платформы (одной из них является 3DEXPERIENCE французской компании Dassault Systemes, работающей в сегменте САПР и PLM), и специалисты создают для них программное обеспечение. Инновационные методы обеспечивают трансформацию внутренних банковских операций и услуг по обслуживанию клиентов. В бизнес среде организации взаимодействуют как с клиентами, так и между собой, а также появляются фирмы, занимающиеся разработкой технологий оптимизации бизнеса. Они предлагают их на более привлекательных условиях и за меньшую стоимость, чем кредитные учреждения. Оцифровка

процессов позволяет оптимизировать издержки, сделать операции прозрачными и повысить качество взаимодействия с клиентами.[5]

Выросла зависимость сектора услуг от передовых финансовых технологий (финтех), например инновационные продукты в области потребительского онлайн-кредитования и микрофинансирования, пирингового (peer-to-peer, P2P) кредитования, сервисы мобильных платежей и переводов, автоматизации систем скоринга, опознания клиентов, пользования имуществом и т.п.

Новые цифровые технологии и проекты внедряются по всему миру: например в Польше начинается реализация федерального проекта по сквозной цифровой идентификации человека - «цифровая личность» гражданина, чтобы человек мог «представиться» не только правительственным сервисам, но и своему банку и другим учреждениям.

Новые компании привносят на рынок технологичные продукты с низкой себестоимостью и отвоевывают существенную часть рынка. К примеру, китайские WeChat и Alipay в 2016 году обработали платежей на сумму около $3 трлн по сравнению с $80 млрд в 2012 году. Стоимость этих платежных систем, естественно, тоже сильно выросла. WeChat принадлежит компании Tencent, торгующейся на Гонконгской бирже: Mcap (рыночная капитализация) в декабре 2017-го составляла уже $487,6 млрд. Alipay — платежная система гиганта Alibaba Group, акции которой котируются на Нью-Йоркской фондовой бирже (NYSE). Ее капитализация к концу 2017 года достигла $438,67 млрд. Российские компании активно реагируют на глобальный тренд в сегменте финтех, начинают предоставлять финансовые услуги по-новому, например, кредитовать по мобильному телефону, выполнять трансграничные переводы или платежи внутри страны.[6]

Таким образом, новые финансовые технологии и финансовые продукты, предназначенные для юридических и физических лиц, необходимо организациям внедрять, для удержания лояльных клиентов и использования поведенческих технологий для персонализации предложений и увеличения конверсий и продаж (Сбербанк, Райффайзен, Альфа-Банк) на современном конкурентном рынке.

Основные тенденции рынка цифровых технологий и их влияние на изменение поведения потребителей:

- Цифровые банковские платформы все чаще переходят в облако.
- Большая конкуренция предоставляет банкам больше выбора в поиске платформы, которая точно соответствует их требованиям.
- Ключевым отличием станут возможности взаимодействия с клиентами нового поколения и управления финансами.

Развитие финансовых технологии (FinTech) происходит за счет инвестиционной активности банков и на прямую влияют на изменение поведения потребителей финансовых услуг и формирование спроса. В

первом полугодии 2017 объём инвестиций в FinTech составил 42,5 млн долларов (по оценкам RB Partners). СКБ-банк в 2017 году купил Ecombank, банк «Тинькофф» приобрел 55% в платежном сервисе CloudPayments, «Альфа-банк» в начале года стал совладельцем сервиса для оплаты с мобильных устройств Pay-me. [7]

По мнению специалистов в Сколково, Российские банки сильно отличаются от европейских и американских и «сформированы на более гибкой IT-инфраструктуре», «они более технологичны и быстро меняются в новых условиях: Сбербанк, "Тинькофф", "Альфа-банк". К тому же в России есть инновационные «необанки»: «Рокетбанк» — для физических лиц и специализированные банки для малого и среднего бизнеса — «Точка» и «Модульбанк». Стартапы пытаются успешно интегрироваться с банками для помощи по дополнительным непрофильным продуктам и автоматизации внутренних процессов, продают им свои B2B сервисы, как DoubleData, Rubbles в аналитике данных, «Поток» в кредитовании огромного сегмента МСБ (малого и среднего бизнеса). Среди представленных в Сколково финтех-стартапов на первом месте оказалась «тема платежей и переводов», затем— различная аналитика и скоринг, далее — лояльность». Три успешных финтех-проекта, чьи технологии «находятся на стыке банкинга, лояльности и ритейла» — это «Кошелек», Cashoff и Talkbank. Более 4 миллионов человек составляют целевую аудиторию, несколько десятков банков и сотни торговых сетей по всей России.[8]

Объем финансирования проектов по развитию сквозных цифровых технологии (большие данные, нейротехнологии, искусственный интеллект, системы распределённого реестра (блокчейн), квантовые технологии, новые производственные технологии, промышленный интернет, робототехника, сенсорика, беспроводная связь, виртуальная и дополненная реальности). [9]

В рамках развития цифровой экономики России в 2019 году составит более 20 млрд рублей - как из бюджета, так и из внебюджетных источников (сообщении по итогам заседания набсовета АНО "Цифровая экономика").

Рассмотрим примеры изменения поведения потребителей на финансовом рынке:[10]

- *Инвестиционный банк для привлечения молодежи к пенсионному накоплению* предложили пользователям загрузить свою фотографию, и через алгоритм старения, пользователи смогли видеть свой портрет в возрасте 30, 40, 50 и так далее. Пользователи осознали, что этот период времени жизни не за горами и им нужно готовиться к будущему, и соответственно изменили свое поведение.
- *Insight Timer* использует силу сетей, чтобы держать людей ответственными за изменение их поведения. Приложение демонстрирует Вам, где потребители используют приложение по всему миру, включая

территорию проживания. К приложениям будущего можно отнести, те которые стимулируют вас придерживаться ваших финансовых целей, связывая вас с партнерами.

➢ *Программа SunTrust onUp* (банковское дело) более полно интегрируется с целым рядом API и различными технологиями и может помочь пользователям изменить свое финансовое поведение. SunTrust приглашает их пройти предварительную викторину, поделиться своими личными историями и посетить инструкцию по экономии денег. Каждое из этих действий побуждает пользователя уделять больше внимания своим финансовым привычкам. SunTrust пытается измененить поведения своих пользователей и помогает им контролировать и управлять своими финансами.Приложения могут подключается к другим приложениям, таким как Facebook, Twitter, Nike+, Fitbit и т. д. Это позволяет приложению объединить поведенческие преимущества этих других приложений, подобно тому, как будущее цифрового банкинга, вероятно будет связано с API ((Application Programming Interface) — это интерфейс программирования, интерфейс создания приложений).

На современном рынке финансовых услуг много внимания уделяются концепции поведенческих финансов. Поведенческие финансы (англ. behavioral finance) – концепция, предполагающая учет влияния психологических факторов в управлении финансами отдельных компаний.[11] Сторонники теории поведенческих финансов исходят из того, что характер инвестиционных решений в существенной мере зависит от психологических факторов, в т.ч. от особенностей поведения «толпы» (Бурелл в 1951 г). В 1970х гг. Психологи Амос Тверский и Даниэль Канеман опубликовали две статьи, которые дали непосредственный толчок развитию поведенческих финансов (Tversky and Kahneman, 1974; Kahneman and Tversky, 1979). Финансовые решения как бы исходят из сочетания воздействия двух факторов — иррационального инвестора и иррационального менеджера, которые возникают на почве экстремальных явлений психологического свойства на рынках капиталов[12]:

➢ *информационные каскады* (англ. informational cascade) — групповое поведение экономических агентов, которые принимают решения не только на основе собственной информации, но и учитывая наблюдаемое поведение других агентов;

➢ *репрезентативная эвристика* – это заключение о принадлежности человека к группе на основе выявления у него типичных черт представителей этой группы;

➢ *когнитивные диссонансы* — состояние психического дискомфорта индивида, вызванное столкновением в его сознании конфликтующих представлений: идей, верований, ценностей или эмоциональных реакций;

➢ *эффекты массовой реакции инвесторов на новостные сообщения* эффект приводит к

недостаточной реакции инвесторов на новости (как в случае плохой экономической ситуации или плохих новостей до этого, так и в случае хорошей конъюнктуры или положительно отклоняющихся от прогнозов новостей).

- *Эффект самоуверенности (англ.overconfidence).* Излишняя уверенность индивида в себе проявляется в тенденции к переоцениванию собственных знаний и навыков, уровня владения информацией или техникой, корректности рассуждений или выводов и так далее.

Статья Р. Шиллера (Shiller, 1984), экономиста Йельского университета, в которой утверждалось, что мода оказывает значительное влияние на финансовые рынки, вызвало бурные дискуссии в научном сообществе. Далее были проведены многочисленных эмпирические исследования, определившие различные виды несоответствий на финансовых рынках, а также в финансовом поведении инвесторов и корпораций. Т.О., поведенческие финансы являются областью экономики, которая изучает влияние социальных и эмоциональных условий на принятие отдельными лицами или учреждениями экономических решений и последствия этого влияния на экономические процессы.

По прогнозам специалистов, развитие технологии (Fintech), могут отразиться на поведении потребителей финансового рынка в будущем:[13]

- Клиент будет диктовать банку свои условия (выбор только полезных ему сервисов);
- Банковские советники-роботы (замена консультантов персональными цифровыми помощниками);
- «Перемещение» отделения банка в мобильный телефон (Развитие мобильных приложений приведет к стремительному снижению количества отделений финансовых заведений);
- Привлечение социальных сетей для финансовых операций (Пример: Akimbo – отправка денег через сеть всем, с кем контактирует пользователь; Lighter capital – оценка степени надежности заемщика через мониторинг уровня его активности в системе);
- Открытая экосистема-банковская система будущего, т.е. отсутствие привязки счета к конкретному банку(клиентский счет, который меняться и сохраниться при смене финансового заведения);
- Краудсорсинга (финансовые толпы). (Средства будут предоставляться институциональными инвесторами через онлайн-платформы напрямую как вариант финансирования для стартапов, а также с целью получения ипотеки и потребительских кредитов);
- Криптовалюта (К достоинствам можно отнести децентрализацию финансовой системы, однако могут появиться новые риски);
- Технологии поведенческой биометрии способствует увеличению степени безопасности при проведении транзакций;

- Превращение кредитных организаций в технологические компании через применение специальных программ, связанных с анализом клиентских данных и состоянием финансового рынка;
- Развитие коллобарации в финансовом секторе («Сбербанк» и Visa вновь запустили интерактивную digital-кампанию совместно с «Аэрофлот», по предложению пассажирам интересных идей финансовых продуктов и услуг, в период путешествий).

Рассмотрим, как поведенческие технологии повлияли на интернет – рекламу. Благодаря поведенческим технологиям интернет-реклама становится еще более персональной и релевантной. Принцип поведенческих технологий основан на предположении, что раз пользователь уже проявил к чему-то интерес, то рекламные сообщения на эту же тему его тоже заинтересуют. ***Поведенческий таргетинг* основан на наблюдении за поведением людей, их интересами, покупками, развлечениями и работает как в поисковых системах, так и в социальных сетях.** Поисковые системы (Яндекс,Google и тд.) и социальные сети (Facebook, Контакт, Одноклассники, Twitter, Instagram, YouTube) изучают запросы и подбирают рекламные сообщения относительно того, какую информацию пользователи ищут в интернете, что покупают, какие развлечения их интересуют (например, какие смешные видеоролики смотрят и т.д.), сколько времени уходят на посещение одного сайта. Для это используются файлы cookies, которые передаются из браузера на сервер с сайтов, которые посещает конкретный пользователь (информация носит конфиденциальный характер).

Как прогноз основных направлений технологического развития банков и страховых компаний в 2019 г. может повлиять на поведение потребителей банковских и страховых услуг опубликовала компания Software AG и главными трендами года могут быть[14]:

- открытый банкинг (предоставление банковских API (интерфейсов прикладного программирования) внешним организациям финансового рынка),
- разумное финансирование (создание клиентоориентированных мобильных технологий привели к развитию мобильного фронт-офиса, но снизило внимания на бэк-офис. Финансовые компании должны инвестировать в автоматизацию внутренних процессов).
- внедрения новых технологий и интернет вещей в коммерческом страховании. На стабильном банковском рынке России, где редко появляются новые игроки, в 2019 г. возможно столкнется с тем, что для поддержания темпов внедрения инноваций нужно уменьшать их сложность и повышать прозрачность компаний для удержания существующей и привлечения новой целевой аудитории. В сфере страхования IoT позволит снижать риски, предотвращать мошенничество, обеспечивать взаимодействие с клиентами и повышать качество управления

претензиями. Страховые компании-новаторы могут сформировать IoT-экосистемы (например, для служб дорожной или медицинской помощи) и усовершенствовать внутренние бизнес-процессы, например, для создания заявок о страховых случаях. Доля «умного» страхования на российском рынке будет иметь рост.

Изучая поведенческие технологии, участники финансового рынка будут стремиться к анализу поведение потребителей: определять базовые потребности и ценности, а также мотивы и стимулы, лежащие в основе принятия решений, для таргетрованного подхода со своим ценностными предложениями к целевой аудитории. Для точного прогноза развития событий и бизнес-процессов в финансовом секторе, необходимо точно выбирать методы и инструменты анализа поведения клиентов. Для влияния на принимаемые решения клиентами, желательно подбирать и комбинировать инструменты маркетинговых коммуникаций с любыми аудиторными группами, а также быстро и эффективно выстраивать стратегии продвижения продуктов без лишних затрат времени и ресурсов.

Список источников

1. Решетникова И.И., Лукьяненко Н.А. Поведенческие технологии как современный тренд в интернет - маркетинге // Известия Волгоградского Государственного Технического Университета. Волгоградский государственный технический университет (Волгоград). 2016

2. Банк России. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВОГО РЫНКА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА ПЕРИОД 2019–2021 ГОДОВ ПРОЕКТ от 18.10.2018 https://www.cbr.ru/content/document/file/44185/onfr_2019-21%28project%29.pdf

3.Балова С.Л. Повышение лояльности клиентов банков при трансформации,//Экономика. Бизнес.Банки. № 3 (24) . 2018г.

Издательство: Русско-Итальянский Международный Университет (Институт) (Москва) ISSN: 2304-9596

4. О.Р. Жданова, А.М. Карминский Современные тенденции банковских инноваций //XII Всероссийское Совещание по проблемам управления ВСПУ.2014

5. Филиппов Д. И. О влиянии финансовых технологий на развитие финансового рынка // «Российское предпринимательство». 2018.№ 5

6 Брянов Г.А., Морозов С.В. Развитие финтех-стартапов в Российской Федерации// «Глобальные рынки и финансовый инжиниринг». 2017 .№ 1

7. Ремша В. М. Как развитие технологий меняет финансовый мир// Идеоматика (Финтех в проекте Banking 2.0). 2018

https://ideanomics.ru/articles/12994

8. Почему банки инвестируют в финтех, но обходят стороной блокчейн

// отчете CB Insights. Rusbase/RB. 2018 https: //rb.ru/analytics/banki-fintech-blockchain/ Итоги заседания набсовета АНО "Цифровая экономика",2019г.

9. Елена Цвийович,, Милица Костич-Станкович, Мария Реликвия

//Customer Relationship Management in the banking sector: a modern approach Industrija, Vol.45, No. 3, 2017 Белградский университет

10. Джон Огден. Использование силы бихевиористской науки в банковском деле //The Financial Brend. 2017 https://thefinancialbrand.com/66991/behavioral-science-marketing-banking/

Использование силы бихевиористской науки в банковском деле

11. Лопатников, Л. И. От плана к рынку: карманная энциклопедия // М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2013.

12. Бен Макклур (Ben McClure): Поведенческие финансы //Info-Maker United Traders. 2018 https://utmagazine.ru/posts/21823-ben-makklur-ben-mcclure-povedencheskie-finansy

13. Перцева С.Ю. Финтех: механизм функционирования // Инновации в менеджменте. 2017. №12. https://bankivonline.ru/blog/trendy_bankovskikh_tekhnologij/2014-12-26-60

14. Новая цифровая эра для банков и страховых компаний: ИТ-прогноз Software AG на 2019год//Тенденции рынка.Ассоциация российских банков (АРБ). 2018. .https://www.softwareag.com/corporate/solutions/banking/default.html

References:

1. Reshetnikova I.I., Luk'yanenko N.A. Povedencheskie tekhnologii kak sovremennyj trend v internet - marketinge // Izvestiya Volgogradskogo Gosudarstvennogo Tekhnicheskogo Universiteta. Volgogradskij gosudarstvennyj tekhnicheskij universitet (Volgograd). 2016

2. Bank Rossii. OSNOVNYE NAPRAVLENIYA RAZVITIYA FINANSOVOGO RYNKA ROSSIJSKOJ FEDERACII NA PERIOD 2019–2021 GODOV PROEKT ot 18.10.2018 https://www.cbr.ru/content/document/file/44185/onfr_2019-21%28project%29.pdf

3.Balova S.L. Povyshenie loyal'nosti klientov bankov pri transformacii,//Ekonomika. Biznes.Banki. № 3 (24) . 2018g.

Izdatel'stvo: Russko-Ital'yanskij Mezhdunarodnyj Universitet (Institut) (Moskva) ISSN: 2304-9596

4. O.R. ZHdanova, A.M. Karminskij Sovremennye tendencii bankovskih innovacij //XII Vserossijskoe Soveshchanie po problemam upravleniya VSPU.2014

5. Filippov D. I. O vliyanii finansovyh tekhnologij na razvitie finansovogo rynka // «Rossijskoe predprinimatel'stvo». 2018.№ 5

6 Bryanov G.A., Morozov S.V. Razvitie fintekh-startapov v Rossijskoj Federacii// «Global'nye rynki i finansovyj inzhiniring». 2017 .№ 1

7. Remsha V. M. Kak razvitie tekhnologij menyaet finansovyj mir// Ideomatika (Fintekh v proekte Banking 2.0). 2018

https://ideanomics.ru/articles/12994

8. Pochemu banki investiruyut v fintekh, no obhodyat storonoj blokchejn

// otchete SB Insights. Rusbase/RB. 2018 https: //rb.ru/analytics/banki-fintech-blockchain/ Itogi zasedaniya nabsoveta ANO "Cifrovaya ekonomika",2019g.

9. Elena Cvijovich,, Milica Kostich-Stankovich, Mariya Relikviya

//Customer Relationship Management in the banking sector: a modern approach Industrija, Vol.45, No. 3, 2017 Belgradskij universitet

10. Dzhon Ogden. Ispol'zovanie sily bihevioristskoj nauki v bankovskom dele //The Financial Brend. 2017 https://thefinancialbrand.com/66991/behavioral-science-marketing-banking/

Ispol'zovanie sily bihevioristskoj nauki v bankovskom dele

11. Lopatnikov, L. I. Ot plana k rynku: karmannaya enciklopediya // M.: Izdatel'skij dom «Delo» RANHiGS, 2013.

12. Ben Makklur (Ben McClure): Povedencheskie finansy //Info-Maker United Traders. 2018 https://utmagazine.ru/posts/21823-ben-makklur-ben-mcclure-povedencheskie-finansy

13. Perceva S.YU. Fintekh: mekhanizm funkcionirovaniya // Innovacii v menedzhmente. 2017. №12. https://bankivonline.ru/blog/trendy_bankovskikh_tekhnologij/2014-12-26-60

14. Novaya cifrovaya era dlya bankov i strahovyh kompanij: IT-prognoz Software AG na 2019god//Tendencii rynka.Associaciya rossijskih bankov (ARB). 2018. .https://www.softwareag.com/corporate/solutions/banking/default.html