

УДК 336.717.061

**Е. В. Ярош**

*yrosh@gsu.by*

**Н. А. Неверовская**

*ndenisova734@gmail.com*

*Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины, Республика Беларусь*

## **ЗЕЛЕННЫЕ И СОЦИАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В БАНКОВСКОМ ОБСЛУЖИВАНИИ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ**

Статья посвящена новым тенденциям в развитии отношений банка с физическими лицами в направлении удовлетворения потребностей клиента в условиях высокой конкуренции и общих трендов развития экономики в направлении внедрения зеленых и социально-ориентированных технологий.

Современный банковский розничный бизнес ориентирован на удовлетворение запросов клиентов и соответствие общим трендам развития экономики в направлении внедрения зеленых и социально-ориентированных технологий одновременно. Высокая конкуренция на рынке розничных услуг мотивирует банки не только внедрять продукты с использованием интернет-технологий, что позволяет повышать качество обслуживания физических лиц при одновременном снижении затрат, но и осваивать продуктовый ряд, способный мобильно меняться в соответствии с потребностями клиентов и рынка.

Основными трендами развития розничного банковского бизнеса сегодня являются:

- социально-ориентированный банкинг;
- развитие банковских экосистем;
- внедрение инструментов зеленого финансирования и зеленого банкинга.

Приоритетной целью социально-ориентированного банкинга является максимизация положительного вклада банка в развитие общества, что позитивно отражается и на деятельности самого кредитного учреждения, его репутации.

Социальные банки, развивая идею социальной вовлеченности, изменяют стандарты корпоративного управления. Банк получает максимум информации о своих клиентах и интегрируется в его деятельность, позволяя снизить кредитный риск. Кроме того, социальные банки поощряют участие своих сотрудников как в решении вопросов, связанных с операционной деятельностью банков, так и в формировании его стратегии.

Социальные банки осуществляют проверку источников происхождения активов клиентов, поскольку средства, полученные в секторе теневой экономики или от производств, наносящих вред экологии, рассматриваются социальными банками как «неэтичные». Кроме того, социальные банки не поддерживают и не финансируют проекты в подобных сферах деятельности. Позиционируя себя частью общества, социальные банки отдают предпочтение кредитам, имеющим дополнительную социальную ценность и приносящие позитивный социальный эффект, учитывая не только финансовый риск, но и социальную пользу финансируемого проекта, отдавая предпочтение второму критерию. Приоритетными сферами для финансирования социальными банками являются сферы охраны окружающей среды, образования и жилищного строительства.

Еще одним приоритетным направлением современного розничного банковского сервиса является развитие банковских экосистем. Банковские специалисты убеждены в том, что развитие экосистем в банковском секторе станет одним из главных трендов ближайших лет.

Экосистема представляет собой единый сервисный продукт, в котором через базовый продукт клиент получает доступ к целой системе, в которой в единый пакет банковского обслуживания внедрены нефинансовые услуги, обеспечивающие клиента удобными сервисами, расширяющие функционал обслуживания клиента и повышающие его лояльность [1].

Заинтересованность банков в развитии экосистемных продуктов объясняется рядом причин. Самая главная из них обусловлена обострением конкуренции на рынке традиционных банковских услуг, что вызывает отток клиентов и снижение доходов. Поэтому сегодня для банков экосистемы обладают значительным потенциалом освоения дополнительных источников доходов, диверсификации сервисных продуктов и расширением клиентской базы.

Однако, относительно целесообразности развития банковских экосистем, даже сами банкиры не могут прийти к единому мнению. Одни верят, что экосистемы необходимы для устойчивого развития банковского бизнеса и через 10–15 лет классических банков уже не останется. Другие убеждены, что освоение небанковских сервисов не принесет банкам существенной прибыли и приведет к снижению эффективности банковского бизнеса в целом.

Кроме развития банковских экосистем, являющихся для банков инициативой, ориентированной на привлечение розничных клиентов, в банковскую практику в настоящее время активно внедряются инструменты зеленого финансирования, которые сегодня уже становятся необходимостью и обязанностью для организаций разных сфер экономики в силу подписания соответствующих межгосударственных соглашений. Развитие зеленого банкинга становится сегодня не просто трендом в деятельности современных банков, а стратегической задачей.

Среди инструментов зеленого финансирования наиболее активно развивается зеленое кредитование. Зеленые кредиты выдаются на строительство, приобретение жилья, отнесимого к энергоэффективным сооружениям. Заемщик может привлечь средства на реконструкцию жилого строения для повышения класса его экологичности на более льготных условиях [2]. К инструментам зеленого финансирования можно также отнести и различные цифровые продукты, такие как интернет и онлайн-банкинг. Дистанционное банковское обслуживание позволяет сокращать бумажный документооборот, что снижает потребление бумаги во время проведения банковских транзакций. У клиентов нет необходимости посещать отделения банков, что снижает частоту использования личного и общественного транспорта, а, следовательно, сокращает выбросы углекислого газа. Даже увеличение срока действия выпускаемых платежных карт, сегодня рассматривается банками как мероприятие, направленное на снижение углеродного следа, имеющего непосредственное отношение к зеленой экономике, посредством существенной экономии пластика.

В завершении следует отметить, что развитие отношений банка с физическими лицами в направлении обозначенных трендов должно найти и свое отражение при формировании методической и законодательной базы в области банковского розничного бизнеса для более уверенного и динамичного развития современных банковских технологий и их позитивного воздействия на общественное и экономическое развитие.

## Литература

1. Пешнев-Подольский, Д. Тренды развития банковских экосистем [Электронный ресурс] / Д. Пешнев-Подольский, С. Хайруллин // БКС Банк, 21.02.2020. – Режим доступа: <https://vc.ru/bcs-bank/108343-trendy-razvitiya-bankovskih-ekosistem>. – Дата доступа: 25.01.2022.

2. Лузгина, А. Зеленый банкинг: сущность, инструменты и перспективы развития / А. Лузгина // Банковский вестник. – № 3. – 2021. – С. 31–42.

## **СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**УДК 336.71**

**С. А. Аведян**

*s.aramova@mail.ru*

**Т. Е. Гварлиани**

*antana-tata@mail.ru*

*Сочинский государственный университет, Российская Федерация*

### **БАНКОВСКИЕ ЭКОСИСТЕМЫ В РОССИИ: СУЩНОСТЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

Современный потребитель финансовых услуг довольно требователен к «производителям», поэтому конкурентные кредитные организации стараются оптимизировать процессы предоставления услуг путем создания экосистем. Этому непосредственно способствовало развитие информационных технологий и как следствие внедрение их в экономические процессы.

Создание банковских экосистем на сегодня является мировым трендом, позволяющим удерживать клиентов на единой платформе для наиболее полного удовлетворения их потребностей. Само понятие «экосистема» встречается в различных науках, однако рассматривая экономическую теорию, под экосистемой подразумевается совокупность сервисов, позволяющих пользователям в рамках единого процесса получать широкий спектр продуктов и услуг.

В Российской Федерации экосистемы формируются на базе крупнейших банков. Например, Тинькофф Банк, Сбербанк (Сбер). Также не остаются в стороне Россельхозбанк, ВТБ и Альфа-Банк.

Сущность любой банковской экосистемы определяют следующие основные компоненты:

1. Единая цифровая платформа. Естественно, что в условиях цифровизации экономики невозможно создать современную экосистему без цифровой платформы.

2. Клиентоориентированность. Банк должен обращать внимание на удовлетворение потребностей клиентов не только финансового порядка, но и нефинансового.

3. Партнерство между всеми участниками экосистемы. Это позволяет объединять данные о клиентах, ресурсы, а взаимодействие разного рода организаций поможет масштабировать и обслуживать рынки, выходящие за рамки возможностей отдельной фирмы.