

БАНКОВСКАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 336.71

ЦИФРОВИЗАЦИЯ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ И ПОВЫШЕНИЯ ЛОЯЛЬНОСТИ КЛИЕНТОВ: РОССИЙСКИЙ ОПЫТ

П.А. Аверьянова, С.М. Горблянская, магистранты 1 курс
Научный руководитель – Е.М. Анохина, к.г.н., доцент
Санкт-Петербургский государственный университет

В настоящее время цифровизация является одним из ключевых факторов трансформации экономики, проникая во все отрасли и меняя устоявшиеся бизнес-модели компаний, характер конкуренции и структуру занятости [1]. Инвестиции в цифровые технологии позволяют улучшать качество продуктов, оптимизировать бизнес-процессы, сокращать издержки, повышать удобство клиентского сервиса, что формирует устойчивые конкурентные преимущества и повышает клиентскую лояльность.

В контексте банковского сектора цифровизация приобретает особую значимость, поскольку специфика банковского бизнеса заключается в обработке больших объемов данных, необходимости обеспечения высокой скорости, надежности финансовых операций и высокого уровня клиентского сервиса.

Российский банковский сектор – один из наиболее продвинутых в мире с точки зрения цифровизации. Уровень проникновения цифровых финансовых услуг в 2025 году составил 89% среди граждан и 92% среди компаний [3, с. 48], чему способствует развитие национальной цифровой инфраструктуры [5]. Именно цифровая инфраструктура создает необходимые условия для цифровизации деятельности банков. Ключевые цифровые технологии, используемые российскими банками [2]:

1. *Искусственный интеллект (ИИ) и машинное обучение.* Совокупность систем и алгоритмов, позволяющих решать задачи, требующие человеческого интеллекта (кредитный скоринг, персонализация предложений клиентам, выявление мошеннических действий, прогнозирование финансовых показателей и др.)

2. *Open Banking (открытый банкинг).* Технология, при которой банки предоставляют доступ через открытые программные интерфейсы с целью интеграции сторонних решений в банковские сервисы и повышения качества обслуживания клиентов.

3. *Биометрические технологии.* Идентификация и аутентификация клиентов с помощью биометрических данных клиентов (отпечатки пальцев, изображение лица, голос) повышает безопасность, упрощает вход в банковские сервисы, получение банковских услуг, осуществление операций.

4. *Мобильные приложения.* Программы, установленные на мобильное устройство и содержащие в себе полный набор банковских услуг, которые клиенты могут получать в режиме реального времени.

5. *Облачные технологии.* Модель хранения и обработки данных на удаленных центрах обработки данных, снижающая затраты на содержание собственной инфраструктуры и повышающая надежность и безопасность ИТ-систем.

6. *Блокчейн.* Технология распределенного реестра для безопасного и прозрачного проведения денежных операций, автоматизации исполнения сделок с помощью смарт-контрактов и выпуска цифровых финансовых активов.

7. *Роботизация процессов.* Автоматизация рутинных банковских операций с помощью программных роботов для снижения вероятности ошибок и перераспределения рабочих ресурсов сотрудников.

Рассмотренные цифровые технологии напрямую влияют на конкурентоспособность банка и уровень клиентской лояльности. К конкурентным преимуществам в результате цифровизации можно отнести [6]:

1) *Снижение операционных издержек.* Цифровизация (автоматизация рутинных процессов, роботизированные системы) снижает стоимость продажи новых банковских продуктов и услуг.

2) *Повышение скорости обслуживания и доступности услуг.* Благодаря мобильным приложениям, онлайн-платформам клиент получает доступ к банковским сервисам в любом месте и в любое время.

3) *Персонализация продуктов и услуг.* Применение ИИ и биометрических технологий позволяет банкам строить психологический профиль клиента, создавать единую систему его идентификации и формировать индивидуальные продуктовые предложения на основе анализа финансовых операций и поведенческих паттернов.

4) *Расширение клиентской базы и источников дохода.* Современный и удобный клиентский опыт привлекает новых потребителей и удерживает существующих, а новые цифровые сервисы создают дополнительные каналы монетизации.

5) *Построение цифровых экосистем.* Интеграция нефинансовых сервисов (маркетплейсов, программ лояльности, страховых и телекоммуникационных услуг) позволяет банку увеличить частоту взаимодействия с клиентом и повышает издержки его переключения на конкурента.

Говоря о лояльности, стоит отметить, что ее ключевым фактором в цифровую эпоху становится *бесшовность и интуитивность взаимодействия клиента с банком*. Омниканальные платформы, мобильные приложения, интеграция программ лояльности в платежные инструменты формируют у потребителя устойчивое ощущение удобства и ценности получаемого сервиса [4].

Не менее значимым направлением формирования лояльности выступает *персонализация банковского обслуживания*. Уникальные клиентские профили, учитывающие финансовые операции, поведение и предпочтения, позволяют адаптировать продуктовые предложения к каждому конкретному потребителю.

Важную роль в укреплении лояльности играет *прозрачность взаимодействия банка с клиентом*. Цифровые инструменты предоставляют потребителю беспрецедентный контроль над личными финансами (автоматическая категоризация расходов, визуализация бюджета, мгновенный доступ к истории операций), что повышает вовлеченность клиента и его доверие к банку.

Таким образом, учитывая опыт цифровизации российских банков, можно выделить следующие практики внедрения цифровых технологий, на которые стоит обращать особое внимание компаниям банковского сектора, планирующим цифровизацию своей деятельности:

- *Омниканальность и мобильные платформы* (через бесшовную интеграцию всех каналов обеспечивают доступность услуг в реальном времени и укрепляют лояльность клиентов);
- *ИИ для персонализации и управления рисками* (анализирует поведенческие паттерны, формируя индивидуальные предложения и повышая точность скоринга и антифрод-систем);
- *Автоматизация процессов с использованием роботизации и облачных технологий* (снижает нагрузку на персонал и стабилизирует ИТ-системы);
- *Построение цифровых экосистем через интеграцию нефинансовых сервисов* (увеличивает частоту контакта с клиентом и повышает издержки переключения на конкурентов);
- *Приоритет качества приложения над офисной сетью* (инвестиции в пользовательский опыт (User Experience, UX) и непрерывное тестирование обеспечивают более устойчивое конкурентное преимущество, чем расширение физической инфраструктуры).

Список использованных источников

1. Анисимов А.Ю., Малиновский М.О. Цифровизация как фактор трансформации управления бизнес-процессами // Вестник Московского университета им. С.Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. – 2023. – № 1 (44). – С. 77-84.

2. Главные банковские тренды 2025 года // Газпромбанк. – СПб, 2025. – URL: <https://www.gazprombank.ru/pro-finance/innovation/bankovskie-trendy-2025-goda/#12> (дата обращения: 05.04.2026).

3. Итоги работы Банка России за 2025 год: кратко о главном // Банк России. – М., 2025. – URL: https://www.cbr.ru/StaticHtml/File/187433/kgo_2025.pdf (дата обращения: 01.04.2026).

4. Кельпов, Д. В. Влияние цифровизации бизнес-процессов на увеличение притока клиентов и прибыли банков / Д. В. Кельпов // Universum: технические науки. – 2025. – № 2-1(131). – С. 30-35. – DOI 10.32743/UniTech.2025.131.2.19284. – EDN VIFACF.

5. Национальная цифровая инфраструктура финансового рынка // Банк России. – М., 2025. – URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/182908/Consultation_Paper_24092025.pdf (дата обращения: 01.04.2026).

6. Пашковская, И. В. Конкурентные возможности банков в цифровой экономике / И. В. Пашковская // Вестник евразийской науки. – 2021. – Т. 13, № 6. – EDN WMPEBA.