

ВЛИЯНИЕ FINTECH НА ТРАНСФОРМАЦИЮ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ БАНКОВ И ФОРМИРОВАНИЕ НОВОЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ЦЕННОСТИ*

© 2019 О.Н. Кораблева, М.И. Гусева**

Стремительное появление новых финансово-технологических компаний способствует трансформации цепочки создания стоимости финансовыми посредниками. Представленное исследование направлено на выявление возможностей и перспектив формирования новой потребительской ценности на основе взаимодействия кредитных организаций и высокотехнологичных компаний. С этой целью была проведена классификация FinTech-компаний по выполняемому функционалу, выявлены варианты их сотрудничества с банками, проведен анализ влияния цифровых технологий на трансформацию бизнес-процессов и на формирование новой потребительской ценности финансовыми посредниками. При проведении исследования использованы следующие методы: классификация, описание, сравнительный анализ, системный анализ, синтез. Результатом исследования стало выявление направлений трансформации бизнес-процессов, обеспечивающих создание конкурентных преимуществ банка на долгосрочную и краткосрочную перспективу, их влияние на потребительскую ценность.

Ключевые слова: цифровые технологии, финансовые посредники, бизнес-процессы, инновации, FinTech, потребительская ценность, Open API, аутсорсинг.

Основные положения:

- ◆ изменение управленческих бизнес-процессов банков на основе применения цифровых технологий способствует формированию конкурентного преимущества на долгосрочную перспективу за счет трансформации обеспечивающих и основных бизнес-процессов, а также влияет на целый комплекс составляющих потребительской ценности;
- ◆ трансформация отдельно взятых основных бизнес-процессов банка связана с кратковременным эффектом конкурентного преимущества вследствие быстрого копирования внедренных преобразований и воздействия только на отдельные составляющие потребительской ценности;
- ◆ в рамках экономики совместного пользования (sharing economy) формирование экосистем, обеспечивающих минимизацию рисков и затрат на внедрение инноваций, позволяет FinTech-компаниям не только укрепить свои рыночные позиции, но и сформировать клиентские сервисы совместно с банками;
- ◆ цифровые технологии оказывают непосредственное влияние на повышение удобства, скорости, доступности, прозрачности финансовых услуг для клиентов, что со временем приводит к увеличению доверия - качественной характеристики взаимоотношений, формирующей потребительскую ценность;
- ◆ распространение сравнительных сервисов увеличивает рациональность клиентов, восполняет недостаток их финансовых знаний, способствует увеличению прозрачности и создает условия для развития неценовой конкуренции между финансовыми посредниками, где большое значение приобретают своевременность персонализированных предложений и качество предоставляемых услуг.

* Исследование выполнено при частичной финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 16-29-12965\18.

** Кораблева Ольга Николаевна, доктор экономических наук, профессор, Санкт-Петербургский государственный университет, Институт проблем региональной экономики РАН. E-mail: op.korableva@gmail.com; Гусева Маргарита Ильинична, соискатель, Санкт-Петербургский государственный экономический университет. E-mail: gusevamargarita@yandex.ru.

Введение

В настоящее время не вызывает сомнения тот факт, что потребительская ценность формирует конкурентное преимущество любого хозяйствующего субъекта, в том числе и коммерческого банка. Новые продукты и услуги, предлагаемые кредитными организациями, достаточно быстро копируются конкурентами и не позволяют сформировать конкурентного преимущества на длительный период, поскольку в данном случае затрагивается только функциональная сторона потребительской ценности. Вариантом решения данной проблемы является трансформация бизнес-процессов финансовых посредников, формирующих цепочку создания ценностей для клиентов банка. При этом большое значение приобретают инновационные преобразования обеспечивающих бизнес-процессов, бизнес-процессов управления и развития банков, которые определяют глубину трансформации цепочки создания потребительской ценности и формируют конкурентное преимущество на долгосрочную перспективу.

Ускорение темпов внедрения цифровых технологий способствует качественной перестройке всех сфер деятельности. Так, большой объем данных, накопленных в процессе функционирования финансового рынка, содержит огромный потенциал для создания уникального конкурентного преимущества для его участников на долгосрочную перспективу. При этом происходит не только изменение структуры финансового посредничества, приводящее к увеличению количества новых финансово-технологических компаний, но и значительное расширение направлений их функционирования, заключающееся в предложении новых финансовых и нефинансовых продуктов и сервисов, программных продуктов, обеспечивающих проведение кредитного мониторинга на основе анализа информации из нетрадиционных источников данных и т.д. Все это приводит к росту оборачиваемости капитала, к повышению доходности операций, а также способствует улучшению качества управленческих решений, выявляющих сомнительные операции и противодействующие мошенничеству, что соответствует возрастающей потребности банков и технологических финансовых компаний в цифровой трансформации.

По мнению ряда исследователей, FinTech - это не простое сочетание информационных технологий и финансовых услуг, а применение технологии к традиционным услугам для расширения их сферы¹. При этом цели применения FinTech в банковской отрасли - повышение эффективности и рост пользовательского опыта². Развитие FinTech-компаний открывает для существующих финансовых посредников широкий спектр инновационных возможностей, которые облегчают интеграцию с другими компаниями и организациями, а также способствуют созданию новой потребительской ценности, оптимизации бизнес-процессов, минимизации расходов и т.д.

Следует отметить непрерывный рост сферы FinTech. В 2018 г. корпоративное венчурное финансирование FinTech увеличилось на 47 % по сравнению с 2017 г. и составило 53 млрд долл.³ Глобальные инвестиции в такие компании выросли более чем вдвое и достигли 111,8 млрд долл. США (было заключено 2196 сделок)⁴.

Среди FinTech-инвесторов⁵ ключевыми направлениями вложения средств продолжают оставаться открытый банкинг и открытые данные. При этом в 2018 г. значительное внимание было сосредоточено на компаниях, предоставляющих программное обеспечение как услугу (SaaS).

Таким образом, применение цифровых технологий для повышения эффективности кредитных организаций является на данный момент глобальной тенденцией динамики финансовых рынков. Поэтому исследование потребительской ценности финансовых продуктов и услуг неразрывно связано с анализом современных технологических трендов и их влияния на бизнес-процессы. Для банков задача усложняется стремительным ростом FinTech и конкуренции со стороны альтернативного банкинга, а также необходимостью создания новых форм взаимодействия со стейкхолдерами.

Основы формирования цепочки создания стоимости были заложены в работах М. Портера⁶ и ряда других авторов, которые показали, что конечная стоимость продукта определяется всеми бизнес-процессами, опосредующими его жизненный цикл. Эти идеи развиваются в работах современных ученых. Так,

А.Л. Рыжко⁷ провел обзор-анализ совершенствования модели классификации бизнес-процессов, предложенной М. Портером, где, кроме первичных и поддерживающих процессов, выделяются процессы управления и развития. Влияние цифровых технологий на трансформацию бизнес-процессов в банках затронута в работе В.М. Тумина, С.М. Бухоновой, В.А. Кривцовой⁸. Были предложены рекомендации по внедрению новых банковских продуктов, определен спектр перспективных тенденций инновационных преобразований на финансовых рынках, и обозначена их значимость. При этом следует отметить, что, пока не был затронут ряд важных вопросов, связанных с формированием новой цепочки создания стоимости на основе открытых инноваций, отсутствует системный анализ применения новых технологий в банках.

Обзор цифровой трансформации банков представлен в статье М. Ковалева, Г. Головенчик⁹. Авторы описали деятельность некоторых FinTech-компаний, выявили направления применения новых технологий в банках, рассмотрели влияние цифровизации на деятельность центральных банков. Реинжиниринг бизнес-процессов как вид инновационной деятельности банков рассматривает Н.В. Смолякова¹⁰, которая классифицировала банковские бизнес-процессы и выделила высокую скорость и качество обслуживания клиентов как основную цель реинжиниринга. А.Н. Жиляев¹¹ представил сравнение оценки преимуществ облачной модели в российских и зарубежных банках и сделал вывод о том, что в настоящее время для российских банков сокращение издержек является приоритетным направлением применения облачной модели, а зарубежные финансовые посредники в первую очередь рассматривают данные технологии как средство для создания устойчивого бизнеса, повышения качества предоставляемого сервиса.

Zhongqing Hu, Shuai Ding, Shizheng Li, Luting Chen, Shanlin Yang провели исследование внедрения и адаптации сервисов, разрабатываемых на основе цифровых технологий, которые обеспечивают минимизацию инновационных рисков и предоставление продуктов и услуг, востребованных рынком¹². Данная работа затрагивает важные вопросы изменения поведения клиентов на основе уп-

равления факторами, формирующими барьеры для распространения применения новых сервисов в банках¹³. Результаты, полученные исследователями, служат основой формирования модели внедрения FinTech-сервисов.

Roberto Silva, Goffredo Amodio, Alberto Trova рассматривают сотрудничество банков и FinTech-компаний как ключ к долгосрочному и стабильному росту¹⁴. Lars Hornuf, Milan F. Klus, Todor S. Lohwasser, Armin Schwienbacher провели исследование факторов, влияющих на создание банками альянсов с FinTech¹⁵. Было выяснено, что крупные универсальные банки чаще, чем малые и средние, идут на такое взаимодействие. Кроме того, важную роль играет наличие у кредитной организации стратегии цифровизации.

Anjan V. Thakor¹⁶, Giorgio Barba Navaretti, Giacomo Calzolari, José Manuel Mansilla-Fernández, Alberto Franco Pozzolo¹⁷ также проводили обзор FinTech и его влияние на банки. Высокотехнологичные компании, безусловно, усиливают конкуренцию в системе финансового посредничества, но они не способны полностью реформировать систему или заменить банки. Банки по-разному реагируют на появление новых игроков: одни повышают внутренний инновационный потенциал, другие - укрепляют конкурентную позицию с помощью внешних партнерств и стратегических вложений. Прямое сотрудничество с такими конкурентами не только служит способом приобретения технологического ноу-хау, но и помогает получить новые знания и навыки, что, в свою очередь, приводит к углублению собственных профессиональных компетенций.

Не только банки, но и многие небанковские корпорации и регулирующие органы установили партнерские отношения с компаниями FinTech. Кроме сотрудничающих сторон, преимущества от этих соглашений получают потребители, которые теперь могут иметь доступ к банковским услугам проще, быстрее и дешевле, чем раньше¹⁸. Ádám Kerényi, Júlia Molnár, János Müller изучили 150 крупнейших банков мира и обнаружили, что более половины банков (почти 52 %) в той или иной форме сотрудничают с FinTech-компаниями¹⁹. Было выделено несколько моделей кооперации банков с FinTech-компаниями: это собственная разработка высокотехнологичных

решений под новым именем и брендом, приобретение, соглашения о стратегическом сотрудничестве, венчурные инвестиции в финансовые технологии²⁰. Zoran Temelkov полагает, что ожидаемая потенциальная потеря доходов банков - важный фактор развития сотрудничества с FinTech, влияющий на риски и доходность²¹.

Следует обратить внимание на то, что системный анализ взаимодействия FinTech-компаний и существующих финансовых посредников в настоящее время является слабо изученным направлением, вместе с тем на его основе можно выявить новые эффективные способы создания потребительской ценности, что в современных условиях приобретает особую значимость и актуальность. В настоящее время быстрое преобразование новых знаний и технологий в востребованные продукты, в конкурентоспособные бизнес-процессы определяет уровень эффективности и успешности коммерческих банков на финансовом рынке, при этом открытые инновации способствуют ускорению инновационной трансформации.

Методы

Объектом исследования является совокупность отношений, складывающихся в процессе взаимодействия банков и финансово-технологических компаний, предмет исследования - новая потребительская ценность, предлагаемая на основе развития новых информационных технологий. При проведении исследования использованы следующие методы: классификация, описание, сравнительный анализ, системный анализ, синтез. В качестве информационной базы были использованы отчеты Fintech100 за 2016-2018 гг., официальные сайты компаний, интернет-ресурсы, посвященные рассматриваемой проблеме.

Поскольку предметом исследования является потребительская ценность, необходимо выявить ее особенности. Формирование потребительской ценности обеспечивается количественными и качественными характеристиками бизнес-процессов финансового посредничества.

Под потребительской ценностью понимается совокупность приобретаемых потребителем выгод от использования товара (услу-

ги) за вычетом издержек на их приобретение²². Потребительская ценность - это многомерная категория, которая, помимо функционального, включает в себя также социальный, познавательный, эмоциональный аспекты. При этом потребительская ценность во многом носит субъективный характер и определяется качеством предоставляемых продуктов и услуг, постпродажным сопровождением, сокращением временных затрат клиентов и другими факторами.

Субъективность задает сложность внедрения инновационных преобразований, новых продуктов и сервисов, потому что важным фактором успеха является принятие продукта самими клиентами, которые принимают активное участие в создании, накоплении и распространении потребительской ценности. Это позволяет сделать вывод о важной роли взаимоотношений финансовых посредников и их клиентов на всех этапах жизненного цикла товаров и услуг. Поэтому в современных условиях стратегия продвижения продукта должна базироваться на формировании долгосрочных и доверительных отношений с потребителями.

Таким образом, сложность и многоаспектность предмета исследования обуславливают необходимость применения системного подхода к рассматриваемой проблеме.

Результаты

Развитие новых технологий на основе режима наибольшего благоприятствования, создаваемого руководством подавляющего большинства стран мира, приводит к стремительному появлению новых финансово-технологических компаний, что, в свою очередь, трансформирует цепочку создания ценности финансовыми посредниками.

FinTech-компании из года в год расширяют направления и сферы своей деятельности. Это связано прежде всего с ростом технологических возможностей. Новые технологические тренды формируются на основе гибридного сочетания цифровых технологий.

С этой точки зрения интерес представляют ежегодные прогнозы компании Gartner. Так, были определены 10 технологических трендов, которые окажут значительное влияние на трансформацию многих отраслей экономики в перспективе до 2023 г.: автоном-

ные объекты, дополненная аналитика, разработка приложений на основе искусственного интеллекта, цифровые двойники, усиление периферии, технологии погружения, блокчейн, умные пространства, цифровая этика и приватность, квантовые компьютеры²³.

Технологические возможности, в свою очередь, оказывают влияние на расширение функционала. На основе анализа деятельности FinTech-компаний нами была проведена их классификация по функциональному признаку (см. таблицу), позволяющая систематизировать направления трансформации бизнес-процессов банков и определить их влияние на формирование потребительской ценности.

Выявление конкретной функциональной направленности FinTech-компаний свидетельствует о применении ими цифровых технологий для осуществления финансового посредничества и повышения его эффективности, что способствует качественному развитию финансового рынка. Такая деятельность приводит к созданию ряда новых потребительских ценностей для клиентов (простой и обоснованный выбор лучших финансовых продуктов и услуг, получение доступа к индивидуальному персонализированному помощнику для управления личными финанса-

ми, увеличение скорости решения типовых проблем, рутинных операций и др.). Применение сквозных технологий и их пополняемость привели к созданию ряда сервисов по всему миру в области онлайн-кредитования и онлайн-страхования, увеличивающих доступность финансовых услуг для более широкого круга клиентов, рефинансирования кредитов. Кроме того, появилось значительное количество компаний, поставляющих программные решения для банков в области поддержки принятия решений (Hyper Anna, Kensho, Quantexa, CleverDATA, oneFactor), противодействия мошенничеству (ThetaRay, Silent Eight, Ravelin), кредитного скоринга для минимизации рисков (AdviceRobo), взыскания долгов (Pair Finance), целевого взаимодействия с клиентами для формирования персонализированного маркетинга (Rubbles), оценки качества обслуживания на основе анализа всех взаимодействий с потребителями (Recordsure), что в конечном итоге способствует формированию лучшего клиентского опыта.

Систематизация направлений функционирования FinTech-компаний позволила выявить, что применение цифровых технологий в банках вызывает трансформацию всех групп бизнес-процессов: основных, обеспечивающих и

Классификация FinTech-компаний по функциональному признаку*

Функционал	FinTech-компании	
	зарубежные	российские
IT-услуги	Solarisbank, Quantexa, Hyper Anna, DMWay, Kensho и др.	APIBank, Double Data, CrocoTime, Gridfore, HES
Онлайн-кредитование	WeLab, Qudian (Qufenqi), OnDeck, Prospa, Geru и др.	SmartCredit, Mandarin.life и др.
Рефинансирование	Anyfin, Tally Technologies	Нет данных
Онлайн-кредитование, дистрибьютор	Borrowell, Credit Karma	Нет данных
Платформа для кредитования и инвестирования	Lufax, OurCrowd, Lendix, Liwwa, LendingClub	Penenza.ru
Финансирование, нефинансовые сервисы	Affirm, AutoGravity, iZettle, Moneytree, Ant Financial, Atom Bank, Nubank	Эльба Банк, Просто Банк
Платформы для управления платежами	Cellulant, InstaReM, Satispay, Payr	HandyBank
Нефинансовые сервисы для розничного сегмента	AirwalleX, AgriDigital, PayFit, Nod, Pleo	2can, FreshDOC.ru, Финолог
Страхование	ZhongAn, CoverWallet, Singlife, Coya	Нет данных
Дистрибьютор, агрегатор	Rong360, Raisin, Valiant, Anivo, ComparaOnline	Юником24, Moneymatika
Советник по личным финансам	Wealthfront, TipRanks, Cleo, Wealthsimple	Advisa
Онлайн-управление страховками, советник	PolicyBazaar, Tiger Brokers, Clark Germany	Нет данных

* Составлено на основе данных из отчетов Fintech100 за 2016-2018 гг. и сайтов FinTech-компаний.

управленческих, при этом для формирования уникальной потребительской ценности большое значение приобретает изменение бизнес-процессов блока “Управление и развитие”. В данном случае инновации, оказывающие влияние на целый комплекс составляющих потребительской ценности, скрыты от конкурентов. Изменение отдельно взятых основных бизнес-процессов способствует обеспечению конкурентного преимущества на краткосрочный период времени ввиду их открытости, что обеспечивает легкость копирования конкурентами.

В результате анализа финансово-технологических компаний были выявлены возможности их взаимодействия с существующими финансовыми посредниками, что может служить основой поддержки принятия решений относительно выбора непосредственных участников цепочки формирования потребительской ценности (рис. 1).

Структуризация стратегий различных типов FinTech-компаний позволила выявить, что организации, предоставляющие готовый финансовый продукт или услугу, как правило, занимают позицию конкурента по отношению к традиционным финансовым посредникам. Такая конкуренция удерживается за счет сотрудничества с e-commerce, IT-компаниями.

Компании, работающие в области поставки IT-решений, являются партнерами для бан-

ков, сотрудничество с которыми позволяет найти стабильный канал продаж собственных сервисов, провести апробацию новых решений. Для финансовых посредников это технологическое развитие, способствующее оптимизации бизнес-процессов, повышению их эффективности, своевременному принятию управленческих решений. В итоге создается новая потребительская ценность, отличающаяся более высоким качеством и формирующая конкурентное преимущество на долгосрочную перспективу.

В рамках нарождающейся экономики совместного пользования одним из новых видов стратегий можно назвать расширение бизнеса за счет сотрудничества с прямыми конкурентами. Несмотря на то, что ряд IT-компаний имеют возможности для самостоятельного предоставления финансовых услуг, они предпочитают сосредоточиться на своих ключевых компетенциях, тем самым предоставив банкам условия для повышения эффективности выполнения их функций (например, OnDeck, PINTEC, Prosper). Взаимодействие с данными компаниями способствует быстрому внедрению банками новых сервисов с минимальными затратами и рисками, в результате расширяется клиентская база и увеличивается лояльность клиентов.

Сотрудничество банков и финансово-технологических компаний можно отметить и на

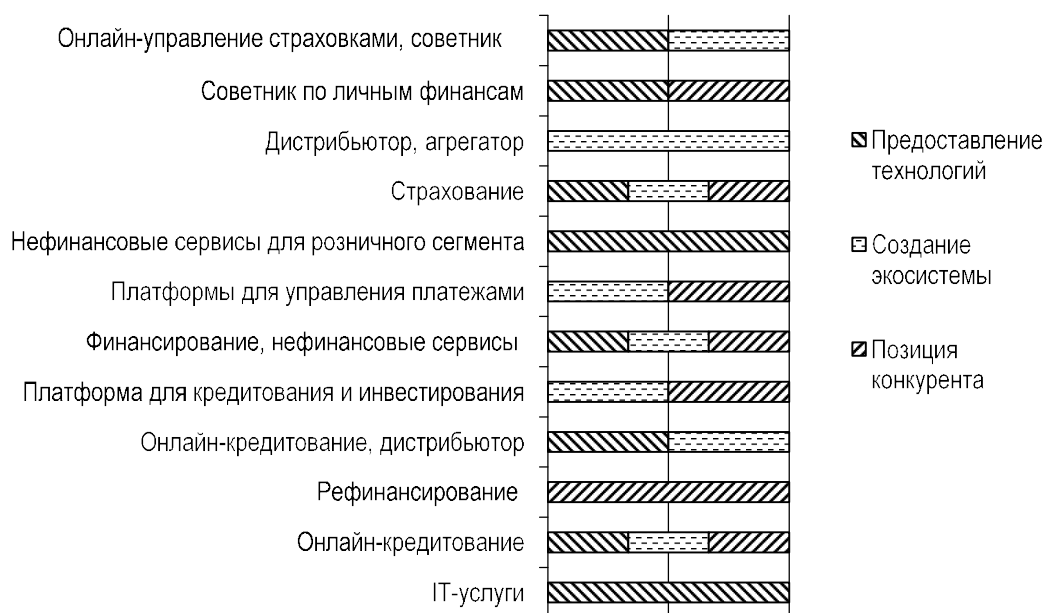


Рис. 1. Структуризация стратегий развития в разрезе типов FinTech-компаний*

* Разработано на основе анализа информации из отчетов Fintech 100.

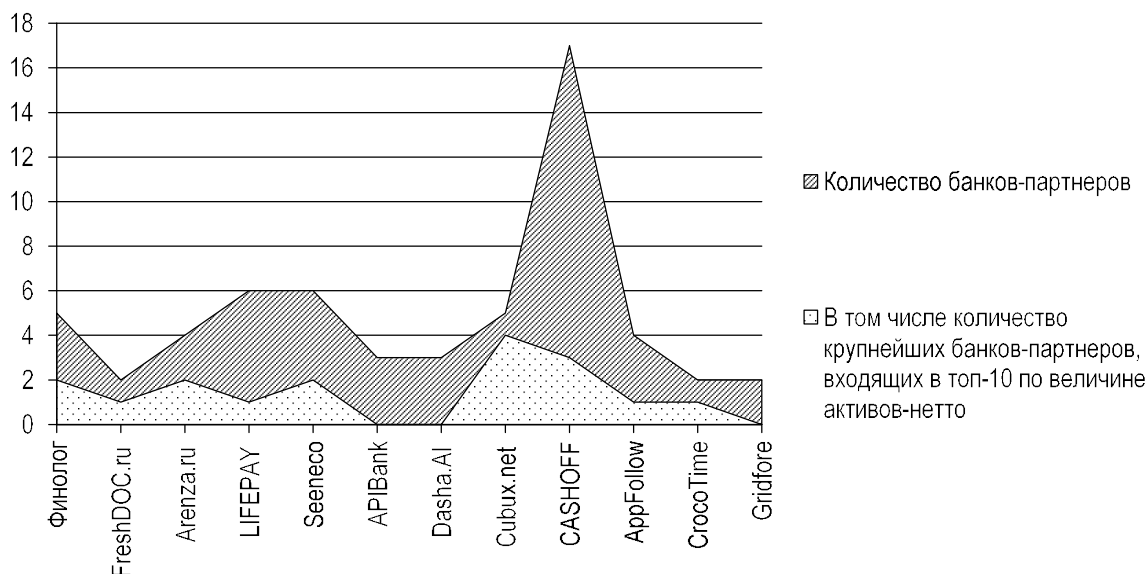


Рис. 2. Количество банков-партнеров российских FinTech-компаний*

* Составлено на основе информации, представленной на официальных сайтах.

российском финансовом рынке (рис. 2). Проведенный анализ показал, что среди FinTech-компаний действуют глобальные тенденции. (IT, предоставление нефинансовых сервисов, дистрибьюторы).

Структурирование направлений деятельности FinTech-компаний и выявление стратегий развития их различных типов служат аналитической базой поддержки принятия решений относительно трансформации бизнес-процессов банков.

Обсуждение

Анализ деятельности финансово-технологических компаний позволил выявить широкий спектр направлений их функционирования и возможностей для формирования новой потребительской ценности на основе сотрудничества с финансовыми посредниками. Практически все типы FinTech-компаний ориентированы на построение партнерских отношений с банками, но при этом происходит формирование потребительской ценности, отличающейся по качеству.

Работа по изменению бизнес-процессов на основе современных технологий может проводиться банками за счет внутренних ресурсов. Но значительное число узкоспециализированных FinTech-компаний открывает для финансовых посредников возможности для передачи некоторых функций на аутсорсинг. В данном случае потребительская цен-

ность формируется на основе минимизации издержек за счет увеличения скорости рассмотрения заявки и доступности получения услуги. Для клиентов формируется новая ценность - своевременное и быстрое получение продуктов и услуг по выгодным условиям, что повышает лояльность клиентов и формирует конкурентное преимущество на долгосрочную перспективу.

Среди российских компаний, предоставляющих данные решения, можно отметить CleverDATA, oneFactor, среди зарубежных - DMWay (Израиль), Quantexa (Великобритания), Kensho (США), Hyper Anna (Австралия), в целом, это сфера крупных IT-компаний - GoldenSource, FICO, Finastra (Misy).

Деятельность FinTech-компаний способствует трансформации процессов разработки новых банковских продуктов и создания стоимости, реализации, обновления маркетинговой политики банка, управления рисками, предотвращения мошенничества и ряда других.

Так, например, внедрение банками онлайн-кредитования на основе анализа информации из широкого круга внешних источников посредством Big Data и применения искусственного интеллекта оказывает прямое влияние на основной бизнес-процесс - на кредитование клиентов. При этом изменение обеспечивающего бизнес-процесса "IT и связь" задает качество получаемого клиента-

ми сервиса и во многом определяет реализацию стратегии риск-менеджмента. Кроме того, происходит изменение бизнес-процесса “Управление рисками”, где большое внимание уделяется анализу поведенческих особенностей клиентов, проводимому на основе исследования информации из неформализованных источников данных.

Комплекс технологий, включающий в себя сетевую аналитику, Big Data, машинное обучение, искусственный интеллект и др., позволяет создать программные решения для поддержки принятия управленческих решений. Внедрение таких информационных продуктов оказывает непосредственное влияние на изменение бизнес-процессов управления. Трансформация управленческого блока также способствует изменению основных бизнес-процессов финансовых посредников (кредитование, расчетно-кассовое обслуживание, страхование и др.), оказывающих прямое влияние на ценность для потребителей финансовых услуг.

Кроме решения управленческих задач, многие FinTech-компании применяют Big Data для реализации маркетинговой политики, для формирования новых рыночных сегментов и продвижения новых продуктов. Если сопоставить с предыдущим направлением, выполнение таких функций имеет более ограниченное воздействие на бизнес-процессы банка, но позволяет получить развернутую аналитическую информацию о клиентской базе, выявить скрытые закономерности и предложить востребованные продукты по каналам, удобным для клиента.

Кроме того, дополнительные каналы продаж, способствующие минимизации расходов на рекламу, формируются благодаря предоставлению клиентам сравнительных сервисов, позволяющих выбрать наилучшее решение и создающих новую потребительскую ценность.

Ускоренное распространение FinTech-компаний, предоставляющих сравнительные сервисы, оказывает косвенное воздействие на бизнес-процессы банков, поскольку четко формирует для клиентов основной критерий принятия решений - самое выгодное предложение. В итоге создаются условия для развития неценовой конкуренции на рынке банковских услуг, которые активизируют реше-

ния банков по внедрению новых бизнес-процессов.

Спектр возможностей для повышения эффективности банков на основе применения цифровых технологий велик, но практическая реализация ограничивается потенциалом и ресурсами банка, а также рисками, которые он может принять. Создание экосистем является решением обозначенной проблемы, и в настоящее время данный подход признан руководством на уровне большинства банков и регулирующих органов, создающих условия для развития Open API. Технология блокчейн также способствует минимизации факторов, сдерживающих создание доверительной среды.

Таким образом, предоставление новых финансовых сервисов и услуг на основе объединения усилий банков и FinTech-компаний, несомненно, увеличивает ценностное предложение для клиентов. Тем не менее, следует отметить, что такого рода конкурентные преимущества носят краткосрочный характер из-за быстрого распространения сервисов и возможности их копирования другими участниками рынка. Поэтому залогом успеха является непрерывность разработки и адаптации технологических инноваций в практику финансового посредничества.

Заключение

Выделение типов FinTech-компаний позволило структурировать стратегии их взаимодействия с традиционными финансовыми посредниками. Проведенный анализ показал, что FinTech-компании, предоставляющие готовый финансовый продукт или услугу, занимают позицию конкурента по отношению к банкам. FinTech-компании, оказывающие услуги IT, предлагающие нефинансовые сервисы, выполняющие функционал дистрибьютора, агрегатора, в большей степени ориентированы на сотрудничество и создание экосистем. Внедрение цифровых технологий способно трансформировать все бизнес-процессы банков.

Проведенное исследование приводит к выводу, что трансформация бизнес-процессов блока “Управление и развитие” позволяет сформировать конкурентное преимущество банку на долгосрочную перспективу за счет уникального применения цифровых технологий для достижения стратегических целей на

основе накопленного сетевого и интеллектуального капитала, который индивидуален для каждого финансового посредника. Трансформация управленческих бизнес-процессов оказывает прямое влияние на основную деятельность банка, непосредственно формирующую ценность для клиентов, и на функционирование обеспечивающих подразделений.

Трансформация основных бизнес-процессов банка без изменения управленческого и обеспечивающего блоков формирует конкурентное преимущество на краткосрочную перспективу, поскольку не является уникальной и может быть легко скопирована конкурентами.

Сотрудничество банков со сравнительными сервисами формирует ценность для клиентов за счет обеспечения более широкого выбора финансовых продуктов, формирования прозрачных и понятных условий для потребителей, восполнения недостатка знаний в области управления финансами, что в итоге способствует повышению доверия и увеличению принятия клиентами финансовых сервисов, оказывающих непосредственное влияние на накопление ценности взаимоотношений.

Активное взаимодействие банков и FinTech-компаний, предлагающих программные решения, способствует максимальному соответствию предпочтениям и настройкам потребителей, созданию для клиентов целевых персонализированных предложений, формированию удобных каналов предоставления услуг, увеличению скорости проведения операций, доступности финансовых продуктов, своевременному принятию управленческих решений банков, оказывающих прямое влияние на качество сервисов. Интеграция банков и FinTech-компаний, специализирующихся на предоставлении готовых финансовых продуктов и услуг, способствует также повышению доступности, минимизации временных и стоимостных издержек для клиентов. Потребителям предоставляется удобный канал взаимодействия с финансовым посредником, в том числе и на этапе пост-продажного обслуживания. Внедрение банками решений FinTech-компаний, оказывающих услуги по управлению личными финансами, способствует восполнению недостатка финансовых знаний у клиентов, повышают их лояльность и доверие.

Внедрение и освоение банками новых технологий сдерживают многие факторы: риски, отложенный результат, затраты, недостаточный инновационный потенциал. Открытый банкинг, создаваемый на базе Open API, является в настоящее время основной тенденцией развития финансовых рынков, способствующей ускоренному распространению цифровых технологий для повышения эффективности финансовых посредников. Построение экосистем позволяет предоставить клиентам лучший сервис с минимальными рисками и затратами на внедрение. Банки получают возможность передать на аутсорсинг те компетенции, которые являются для них непрофильными, и создать структуру партнеров, обеспечивающую формирование конкурентоспособных сервисов в кратчайшие сроки.

¹ Buckley R., Arner D., Barberis J. The Evolution of Fintech: A New Post-Crisis Paradigm? // Soc. Sci. Electron. Publ. 2015. № 47. P. 1271-1319.

² Adoption Intention of Fintech Services for Bank Users: An Empirical Examination with an Extended Technology Acceptance Model / Hu Zhongqing [et al.] // Symmetry. 2019. Vol. 11, issue 3. P. 340. URL: <https://doi.org/10.3390/sym11030340>.

³ The 2018 Global CVC Report. URL: <https://www.cbinsights.com/research/report/corporate-venture-capital-trends-2018/> (дата обращения: 30.05.2019).

⁴ The Pulse of Fintech 2018. Biannual global analysis of investment in fintech, 13 February 2019, KMPG.

⁵ Там же.

⁶ Портер М. Конкурентное преимущество. Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость : пер. с англ. Москва : Альпина Паблишер, 2005.

⁷ Рыжко А. Л. Каузальная классификация бизнес-процессов предприятия // Управленческие науки 2018. Т. 8, № 1. С. 90-99.

⁸ Тумин В.М., Бухонова С.М., Кривцова В.А. Внедрение инновационных банковских продуктов в деятельность российских коммерческих банков // Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова. 2018. № 8. С. 145-151.

⁹ Ковалев М., Головенчик Г. Цифровая трансформация банков // Банкаўскі веснік. 2018. Лістапад. С. 50-60.

¹⁰ Смолякова Н.В. Сущность и генезис реинжиниринга бизнес-процессов в коммерческом банке // Банки и денежно-кредитные отношения. 2016. № 2. С. 47-51.

¹¹ Жилыев А.Н. Некоторые вопросы использования облачных технологий в российских и зарубежных банках // Деньги и кредит. 2016. № 1. С. 55-60.

¹² Adoption Intention...

¹³ Там же.

¹⁴ Silva R., Amodio G., Trova A. The Bank-Fintech Ecosystem: finding a new approach // BANCARIA, Bancaria Editrice. 2018. Vol. 4. April. P. 79-88.

¹⁵ How Do Banks Interact with Fintechs? / L. Hornuf [et al.] // Forms of Alliances and their Impact on Bank Value (August 02, 2018). CESifo Working Paper Series №. 7170. URL: <https://ssrn.com/abstract=3252318> (дата обращения: 30.05.2019).

¹⁶ Thakor A.V. Fintech and Banking (February 11, 2019). URL: <https://ssrn.com/abstract=3332550> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3332550> (дата обращения: 30.05.2019).

¹⁷ Fintech and Banking. Friends or Foes? / B. Navaretti [et al.]. (January 10, 2018). URL: <https://ssrn.com/abstract=3099337> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3099337> (дата обращения: 30.05.2019).

¹⁸ Kerényi Á. Molnar J., Müller, J. Bank and FinTechs // Economy and Finance: english-language edition of gazdaság és pénzügy. 2018. № 5 (1). P. 86-97.

¹⁹ Там же.

²⁰ Там же.

²¹ Temelkov Z. Fintech firms opportunity or threat for banks? // International Journal of Information, Business and Management. 2018. Vol. 10, №. 1. P. 137-143.

²² Неганова В.П., Седельников В.М. Концепт ценности в маркетинге взаимоотношений. 2018. URL: elar.urfu.ru (дата обращения: 04.06.2019).

²³ Gartner Top 10 Strategic Technology Trends for 2019 URL: <https://www.gartner.com/smarterwithgartner/gartner-top-10-strategic-technology-trends-for-2019> (дата обращения: 30.05.2019).

Поступила в редакцию 03.07.2019 г.

THE INFLUENCE OF FINTECH ON THE TRANSFORMATION OF BANK'S BUSINESS PROCESSES AND THE FORMATION OF NEW CONSUMER VALUES*

© 2019 O.O. Korableva, M.I. Guseva**

The rapid emergence of new financial and technological companies contributes to the transformation of the value chain by financial intermediaries. The presented study is aimed at identifying opportunities and prospects for the formation of new consumer value based on the interaction of credit institutions and high-tech companies. To this end, FinTech-companies were classified according to their functionality, their options for cooperation with banks were identified, the impact of digital technologies on the transformation of business processes and on the formation of new consumer value by financial intermediaries were analyzed. In conducting the study, the following methods were used: classification, description, comparative analysis, system analysis, synthesis. The result of the study was to identify areas of the transformation of business processes that ensure the creation of competitive advantages of the bank for the long and short term, their impact on customer value.

Keywords: digital technologies, financial intermediaries, business processes, innovations, FinTech, customer value, Open API, outsourcing.

Highlights:

- ◆ changes in management business processes of banks based on the use of digital technologies contribute to the formation of a competitive advantage for the long term due to the transformation of supporting and mainstream business processes, and also affects a whole range of consumer value components;
- ◆ the transformation of individual core business processes of the bank is associated with the short-term effect of competitive advantages due to the rapid copying of the introduced transformations and the impact only on individual components of consumer value;
- ◆ within the framework of the sharing economy, the formation of ecosystems that minimize risks and costs of innovation, allows FinTech companies to strengthen their market positions and to form customer services together with banks;
- ◆ digital technologies have a direct impact on improving the convenience, speed, availability and transparency of financial services for customers, which over time leads to an increase in trust - the qualitative characteristics of relationships that shape customer value;
- ◆ the proliferation of comparative services increases the rationality of customers, fills the lack of their financial knowledge, contributes to increased transparency and creates conditions for the development of non-price competition between financial intermediaries, where the timeliness of personalized offers and the quality of services provided are of great importance.

* The study was carried out with partial financial support from the Russian Foundation for Basic Research in the framework of research project No. 16-29-12965\18.

** Olga N. Korableva, Doctor of Economics, Professor, St. Petersburg State University, Institute for Problems of Regional Economics of the Russian Academy of Sciences. E-mail: on.korableva@gmail.com; Margarita I. Guseva, a doctoral candidate, St. Petersburg State University of Economics. E-mail: gusevamargarita@yandex.ru.

Received for publication on 03.07.2019