

[DOI:10.26104/NNTIK.2023.16.87.022](https://doi.org/10.26104/NNTIK.2023.16.87.022)

Алымбаева Ж.К.

**ЕВРАЗИЯ ЭКОНОМИКАЛЫК БИРЛИГИНИН ЖАЛПЫ
КАРЖЫ РЫНОГУН ТУЗУУ ШАРТТАРЫНДА КОММЕРЦИЯЛЫК
БАНКТАРДЫН МАРКЕТИНГ САЯСАТЫНЫН ӨЗГӨЧӨЛҮГҮ**

Алымбаева Ж.К.

**ОСОБЕННОСТЬ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ КОММЕРЧЕСКИХ
БАНКОВ В УСЛОВИЯХ СОЗДАНИЯ ОБЩЕГО ФИНАНСОВОГО
РЫНКА ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА**

Zh. Alymbaeva

**THE PECULIARITY OF THE MARKETING POLICY
OF COMMERCIAL BANKS IN THE CONDITIONS OF CREATION
OF THE EURASIAN ECONOMIC UNION COMMON FINANCIAL MARKET**

УДК: 339.719

Евразия экономикалык биримдигинде (ЕАЭБ) жалпы каржы рыногун түзүүдө коммерциялык банктардын маркетинг саясаты ченемдик, маданий жана экономикалык айырмачылыктарды четтетүүгө багытталган. Бул максаттуу продуктуларды иштеп чыгууну, жергиликтүү рыноктун керектөөлөрүнө адаптациялоону жана ошол эле учурда трансчегаралык мүмкүнчүлүктөрдү пайдалануу менен региондук финансылык эрежелердин сакталышын камсыз кылууну болжолдойт. Макалада ЕАЭБ өлкөлөрүндө бизнести өнүктүрүүдө жана санариптик трансформацияда технологиялык инновациялардын ролуна талдоо берилген; Биримдик өлкөлөрүндө жагымдуу санариптик бизнес-чөйрөнү түзүүнүн өзгөчөлүктөрү каралды, инновациялардын глобалдык индексинде жана башка эл аралык рейтингдерде ЕАЭБтин позициялары талданды. Изилдөө бизнестин санариптик экономикада коюлган максаттарга жетүүсү үчүн уруксатты талап кылган көйгөйлөрдү жана санариптик технологияларды андан ары жайылтуу менен бизнес мүмкүнчүлүктөрүн аныктады.

Негизги сөздөр: санариптештирүү, санариптик трансформация, Индустрия 4.0, санариптик экосистема, инновациялар индекси, транспорттук экосистема, санариптик технологиялар, технологиялык инновациялар.

Маркетинговая политика коммерческих банков при создании общего финансового рынка в Евразийском экономическом союзе (ЕАЭС) направлена на устранение нормативных, культурных и экономических различий. Это предполагает разработку целевых продуктов, адаптацию к потребностям местного рынка и обеспечение соблюдения региональных финансовых правил, одновременно используя трансграничные возможности. В статье представлен анализ роли технологических инноваций в развитии бизнеса и цифровой трансформации в странах ЕАЭС; рассмотрены особенности создания благоприятной цифровой бизнес-среды в странах Союза, проанализированы позиции ЕАЭС в глобальном индексе инноваций и других международных рейтингах. В ходе исследования определены проблемы, требующие разрешения для достижения бизнесом поставленных целей в цифровой экономике, и возможности для бизнеса при дальнейшей диффузии цифровых технологий.

Ключевые слова: цифровизация, цифровая трансформация, Индустрия 4.0, цифровая экосистема, индекс инноваций, транспортная экосистема, цифровые технологии, технологические инновации.

The marketing policy of commercial banks in creating a common financial market in the Eurasian Economic Union (EAEU) is aimed at eliminating regulatory, cultural and economic differences. This involves developing targeted products, adapting to the needs of the local market and ensuring compliance with regional financial rules, while simultaneously using cross-border opportunities. The article presents an analysis of the role of technological innovations in business development and digital transformation in the EAEU countries; The features of creating a favorable digital business environment in the countries of the Union are considered, the positions of the EAEU in the global innovation index and other international rankings are analyzed. In the course of the study, the problems that need to be resolved in order for a business to achieve its goals in the digital economy and business opportunities with further diffusion of digital technologies are identified.

Key words: digitalization, digital transformation, Industry 4.0, digital ecosystem, innovation index, transport ecosystem, digital technologies, technological innovations.

Маркетинговая политика коммерческих банков ЕАЭС направлена на адаптацию к региональным финансовым нормам, предложение трансграничных услуг и ориентацию на разнообразные сегменты клиентов. Банки стремятся создать конкурентное преимущество, согласовывая услуги с развивающимся финансовым рынком и региональными экономическими тенденциями.

С нашей точки зрения, банковский маркетинг является частью системы управления банком и представляет собой набор методов, позволяющих банкам эффективно функционировать и продвигать банковские продукты и услуги на рынок. Иными словами, опираясь на методы маркетинговых исследований, банковский маркетинг позволяет банкам анализировать рынок банковских услуг, выявлять потребности потребителей, разрабатывать и внедрять новые виды услуг, анализировать сравнительную стоимость банковских услуг и анализировать возможности.

Таким образом, считаем, что банковский маркетинг – важный элемент банковской деятельности, который повышает конкурентоспособность и прибыль-

ность и определяет стратегию продвижения банковских продуктов на рынок.

Евразийский экономический союз (ЕАЭС) переходит на цифровые банковские услуги для повышения доступности, эффективности и безопасности финансовых транзакций в странах-членах. Этот сдвиг отражает более широкую глобальную тенденцию модернизации финансовых услуг, повышения удобства и инклюзивности для пользователей, а также содействия экономической интеграции в регионе ЕАЭС.

В связи с тем, что на «за последние несколько

лет в банковском секторе произошли заметные и быстрые изменения. Таким образом, в условиях нестабильной экономики и изменения условий конкуренции в банковском секторе необходимо бороться с потребителем, формировать высокий уровень доверия, что определяет возможность установления долгосрочных отношений между клиентом и клиентом. банк с каждым днем становился все сильнее» [1].

Рассмотрим экономическую сущность инновационных технологий в банковском секторе с помощью рисунка 1.

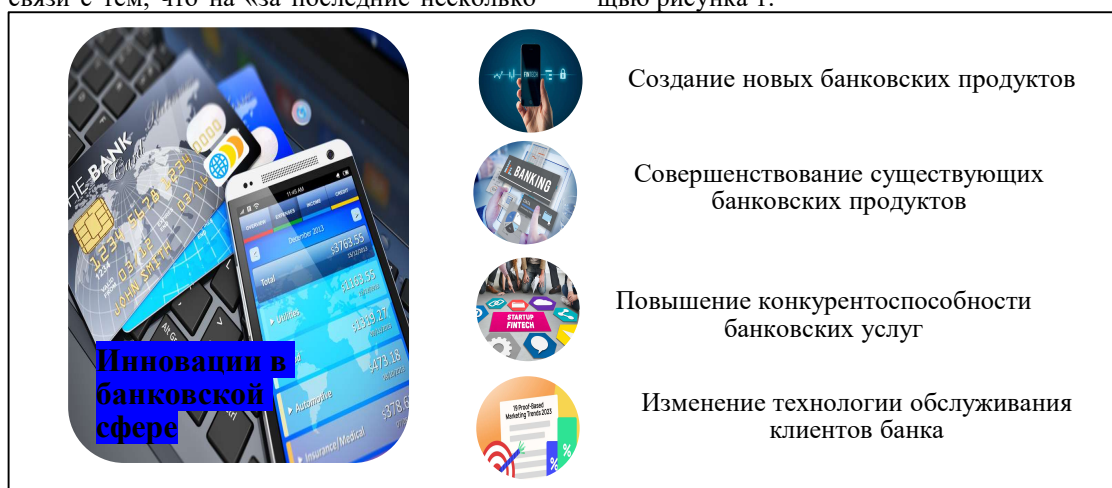


Рис. 1. Экономическая сущность инноваций в банковской сфере» [2].

Появление инновационных банковских технологий связано с появлением новых способов внедрения банковских технологий, которые с помощью технологических инноваций формируют новые конкурентные преимущества, а также способствуют развитию современной банковской системы. Но эти нововведения не всегда позволяют коммерческим банкам быть прибыльными, поэтому можно с уверенностью сказать, что сфера банковской деятельности является конкретной.

Банки, как и все крупные организационные структуры, не всегда гибки и быстро преодолевают рыночные тенденции. Здесь компании, обладающие инновационными финансовыми технологиями, приходят воспользоваться возможностью, которая появилась в рыночной системе.

Основное различие между такими организациями и банками и другими классическими финансовыми учреждениями заключается в размере и узости рынка. Каждая из этих компаний, как правило, «обслуживает определенного потребителя и хороша только в своем небольшом пространстве. Однако, именно в узконишевых сегментах услуг подобные

компании обладают необходимым конкурентными преимуществами перед другими участниками рынка» [3].

Там, где банк не видит возможности или не может предложить клиенту наиболее персонализированные услуги из-за массивности крупной организационной структуры и «лени», появляются финансовые технологические компании. Конечно, это в основном инновационные идеи, и их основной сегмент потребителей-относительно молодые и современные люди. Именно в этом клиентском сегменте происходит борьба между банками и финансовыми технологическими компаниями. В то же время «финтех-компании» представляют угрозу для банковского сектора.

28 мая 2022года в Бишкеке прошла конференция «Современный цифровой банк и его экосистема. Создание, развитие и защита» [3], организованная при поддержке Фонда «Сколково» и Института экономической политики Кыргызской Республики. По итогам конференции были выявлены основные угрозы в секторе финтеха для банков. Основными из них являются следующие:

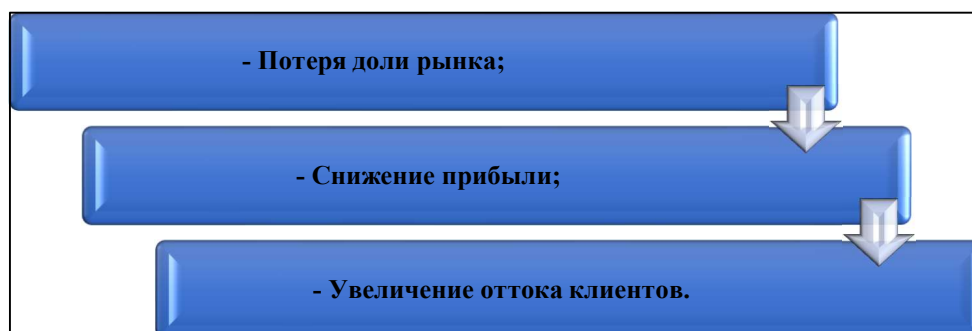


Рис. 2. Основные моменты развития финтех.

В то же время, будучи полноправными участниками финансового рынка, многие молодые и агрессивные технологические компании предпочитают сотрудничество жесткой конкуренции. Банки, обладающие сильной способностью поглощать такие компании, обычно стараются не упускать возможности для развития и расширения услуг с помощью этого метода.

Банкам становится все труднее игнорировать финансовые технологические компании, сотрудничество с которыми помогает поддерживать прибыльность в новых реалиях. Например, сотрудничество с новичками дает банкам доступ к новой клиентской базе и новым источникам дохода. В частности, когда будет открыт доступ к клиентским счетам через API, банки смогут предоставлять услуги другим клиентам через свои интерфейсы. Кроме того, через "fintechs" банки получают новые технологии, повышают скорость инноваций в отрасли и, следовательно, получают новые конкурентные преимущества, благодаря которым банки могут выходить на новые рынки услуг и даже создавать элементы своей экосистемы.

Финтех также побеждает. Они обеспечивают прямой доступ к большой клиентской базе банка и снижают их риски. С точки зрения потребителей прибыль также очевидна: конкуренция между парами банк-финтех приводит к повышению качества предложения продукта.

Партнерство между банками и финансовыми технологическими компаниями «развивается в четырех основных направлениях:

- улучшение клиентского интерфейса;
- цифровизация процессов;
- Глубокая аналитика;
- Расширение предложения продукции» [4].

Сотрудничество между традиционными банками и новыми игроками важно, но для достижения наилучших результатов требуется много времени. В настоящее время банки должны сосредоточиться на реиммиграции и улучшении клиентского опыта.

Ведущие финансово-кредитные учреждения в глобальном масштабе принимают меры для адапта-

ции к новым условиям, что создает новые стандарты в области банковского бизнеса. Цифровизация во всем мире заменяет существующие бизнес-модели банков; рынок мобильных и бесконтактных платежей быстро растет, P2P-сервисов, цифровых валют и т.д.

Санкционное давление вынуждает банковский бизнес искать новые возможности для развития. Новым трендом в нынешнем году стал выход российских финтех-компаний в страны ЕАЭС, где динамично развивается рынок финтех-услуг, а налоговое законодательство лояльно в отношении технологичных компаний. Одни игроки рассматривают ЕАЭС как новый динамичный рынок, другие – как хаб для продвижения в страны Азии и Ближнего Востока. И, разумеется, и те и другие рассчитывают на прирост клиентуры.

Банковский рынок ЕАЭС, безусловно, не является рынком, откуда пойдет вал клиентов, там нет космических денег, но приведем небольшую справку. На начало августа 2023 года в Узбекистане действовало 35 банков, в Киргизии – 24, в Армении – 17, в Казахстане – 21, в Белоруссии – 24. Но по оценкам экспертов, выход в страны ЕАЭС на треть увеличивает число потенциальных клиентов.

К тому же рынок ЕАЭС, в отличие от европейского и азиатского, дает возможность заключать договоры с заказчиками напрямую, без открытия филиала или иного представительства. В итоге путь до клиента обходится существенно дешевле.

При этом все проведенные исследования указывают на то, что уровень развития технологий и, соответственно, перспективы внедрения финансовых технологий в странах ЕАЭС различны.

1 декабря 2021 года Союз банков Кыргызстана официально запустил новую цифровую финансовую платформу FinMarket. Цифровая финансовая платформа была разработана при поддержке Агентства США по международному развитию (USAID). НБКР, ОАО «РСКБанк», ОАО «Айыл Банк» и ОАО «Керемет Банк» успешно внедрили цифровые решения, включая мобильные приложения» [4].

Все большее число пользователей (частных лиц и компаний) могут осуществлять операции по банковским счетам через мобильные приложения и системы дистанционного банковского обслуживания. Кроме того, особый интерес вызывают бесконтактные способы оплаты, не использующие банковские карты.

Основными направлениями трансформации бизнес-модели в банковской отрасли являются «формирование собственных экосистем, развитие партнерских отношений с другими компаниями, такими как ИТ-компаниями, и, в конечном счете, создание новых направлений бизнеса, использующих такие технологии, как блокчейн».

Инновации в банковской сфере связаны с появлением электронных денег и постепенным переходом к платежам с их использованием, применением электронной цифровой подписи, бесконтактными платежами, технологиями блокчейн и больших данных. Небанковские организации и ИТ-компании конкурируют с традиционными банками на рынке платежей и цифровых услуг. Внедрение новейших технологий, с одной стороны, является средством снижения издержек кредитных организаций, но с другой – сопряжено с рядом трудностей.

Внедрение цифровых услуг требует значительного уровня цифровой грамотности пользователей банковских услуг, что является сдерживающим фактором для устойчивого развития инноваций. Учитывая растущую цифровую грамотность населения Кыргызстана, потребители услуг выиграют от расширения ассортимента цифровых продуктов в результате активного внедрения инноваций, что позволит новым потребителям участвовать в их использовании. Позитивное развитие цифровых технологий в банковском секторе во многом зависит от характера деятельности банка и характера банковских продуктов(услуг).

Наряду с положительными тенденциями в цифровизации банковского сектора появляются и отрицательные. Усиливается угроза информационной безопасности пользователей сети, растет влияние киберпреступности на экономику.

Основной целью цифровизации в Кыргызстане является обеспечение социальной безопасности и защита общества от информационных угроз. Риски, связанные с цифровизацией в банковском секторе, имеют ряд особенностей, отражающих специфику банковских организаций. Такие организации являются основными объектами кибератак. Общество несет наибольшие потери, когда риски и угрозы направлены на деятельность финансовых учреждений и использование финансовых услуг. Устойчивость кредитных организаций определяется целым рядом мер, среди которых обеспечение надежности и непрерыв-

ности деятельности, противодействие компьютерным атакам, в том числе с использованием инновационных финансовых технологий. Решение наиболее важных проблем в области информационной безопасности возможно только в рамках международного сотрудничества в сфере правового регулирования банковского сектора.

Ведущие государственные коммерческие банки определили следующие четыре стратегических направления, которые банки выбрали в качестве наиболее важных для преобразований:

- Приведение активов и пассивов банка в соответствие с его положением; внедрение современных методов управления ликвидностью; диверсификация ресурсной базы; расширение методов управления ликвидностью;

- Розничные операции – формирование системы розничных операций, расширение ассортимента розничных продуктов, создание современных центров для предоставления современных услуг;

- Управление рисками – создание инфраструктуры управления рисками, управление риск-аппетитом через границы и ограничения, обучение анти-монопольщиков;

- Система управления персоналом-оптимизация расходов на персонал и операционные расходы, привлечение молодых специалистов с помощью коучинга, формирование стоимости предприятия» [5].

В целом успех инновационных преобразований в банковском секторе зависит от нескольких факторов. Кредитным организациям предстоит пересмотреть свои стратегии определить направление дальнейшего развития. Возможно, для крупных банков потребуются полноценная цифровая трансформация, преобразование и создание бизнес-процессов в виде экосистем. Для других банков, не обладающих достаточными инвестициями и возможностями, лучшим решением может стать предложение базовых услуг под иностранными брендами.

К наиболее важным технологиям, обеспечившим такие инновации, относятся онлайн-технологии (интернет-технологии), технологии электронной коммерции, мобильные технологии, технологии большинства, промышленные технологии 4.0 (искусственный интеллект-алгоритмы машинного обучения), глубокое обучение, компьютерное зрение, комбинированные технологии, дроны кредиты, рабочие и промышленные роботы, цифровой двойник, технологии AR и VR), технологии онлайн-обучения (Zoom, Miro и другие аналоговые технологии), орг-системы, CRM-системы, SRM-системы, QR-коды и RFID-метки.

Дальнейшее распространение цифровых технологий позволит евразийским компаниям проще и быстрее выходить на новые рынки, снижать транзак-

ционные издержки на трансграничных торговых рынках при проведении торговых операций в режиме онлайн, использовать трансграничные логистические коридоры и разрабатывать новые ценностные предложения. Добиться качественных изменений в традиционном и онлайн-бизнесе за счет цифровой трансформации на основе традиционных технологий. Все это позволит укрепить коммерческие позиции компаний за счет перехода к бизнес-экосистеме, включая создание новых бизнес-моделей, ориентированных на появление национальных технологических гигантов...

Евразийский экономический союз находится на пороге исторической эволюции, когда цифровые технологии окажут основное влияние на все сферы экономики и социальную сферу. Деньги очень высоки, и не стоит тратить время зря. Показателем успеха будет интегрированный ЕАЕУ, который достиг высоких темпов экономического роста, глобальной конкурентоспособности и высокого уровня благосостояния населения в результате процесса цифровой

трансформации.

Литература:

1. Лаврушин О.И., Соколинская Н.Э., Кулешов С.М. К вопросу о содержании и уровне доверия между участниками финансового рынка: [итоги Восьмой Международной научно-практической конференции «Политическая экономика в эпоху структурно- системного перехода: история и логика процесса» (04 марта 2022 г.)] // Банковское дело. – 2022. – № 4. – С. 24-29.
2. Финансовый рынок России: поиск новых инструментов и технологий в целях обеспечения экономического роста: Колл. монография / Под ред. Н.Э. Соколинской М.: КНОРУС, 2019. 236 с.
3. Как это работает: процессинг. URL: <https://rapidsoft.ru/blog/news/rejting-luchshih-bankovskih-programm-loyalnostizhurnal-the-retail-finance/>
4. Результаты всероссийского репрезентативного опроса NPS-2023: лояльность пользователей розничных банковских услуг. URL: <https://nafi.ru/en/projects/finansy/nps-2023-loyalnost-polzovateley-rozничnykh-bankovskikh-uslug/>
5. Карпова С.В. Новые парадигмы развития маркетинговых инструментов в условиях трансформации современной экономики. Монография. - М.: Дашков и КО. 2021. - 352 с.