

2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс] / О национальных статистических показателях развития цифровой экономики в Республике Беларусь. – Минск, 2019. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/makroekonomika-i-okruzhayushchaya-sreda/informatsionno-telekommunikatsionnye-tehnologii/tsifrovaya-ekonomika/o-natsionalnykh-statisticheskikh-pokazatelyakh-razvitiya-tsifrovoy-ekonomiki-v-respublike-belarus/> – Дата доступа: 01.01.2021

3. Цифровая трансформация экономики [Электронный ресурс] // Евразийская экономическая комиссия. – Режим доступа: <http://www.eurasiancommission.org/ru/act/dmi/workgroup/Pages/glossary.aspx> . – Дата доступа: 01.01.2021.

4. Министерство экономики Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Организация и осуществление проектной деятельности. – Минск, 2019. – Режим доступа: www.economy.gov.by . – Дата доступа: 02.01.2021.

5. Парк Высоких Технологий [Электронный ресурс] / События. – Минск, 2021. – Режим доступа: <https://www.park.by> . – Дата доступа: 02.01.2021.

6. Экономические и финансовые механизмы инновационного развития цифровой экономики: сб. науч. ст. В 2 ч. Ч.1 / — Минск: Институт бизнеса БГУ, 2019. — С. 12-16

Гришан У, Жоголь Н.Н. Тренды банковской сферы в цифровой экономике

“Мы должны создать такой инструмент, которым можно платить везде.

Платежи перестают брендиться – они, как водопровод,
необходимая часть ежедневной жизни”

Виктор Достов,
председатель Совета Ассоциации “Электронные деньги”

Банковская отрасль, являясь одной из наиболее консервативных, нуждается в преобразованиях, особенно с учетом того, что ведущие эксперты в области финансовой деятельности прогнозируют «смерть» традиционным банкам в результате цифровизации. Цифровой банк – это не далёкая перспектива, а реалии и необходимость сегодняшнего дня. Как показывает мировой и отечественный опыт, банки, являющиеся главенствующим сегментом любой экономической системы, сталкиваются с цифровыми технологиями в своей работе ежедневно. «Цифровая трансформация банков позволяет сохранить клиентов, расширить банковский бизнес за счет использования современных каналов, способствует более тесному сотрудничеству с клиентами и четкому представлению их предпочтений, сокращению операционных затрат и повышению конкурентоспособности ...» [1, с.53].

В наше время интернет стал неотъемлемой частью инфраструктуры страны, поэтому одна из основных черт банка нового тысячелетия – интеграция с социальными сетями. Банк использует социальную сеть как канал поддержки: нет необходимости никуда звонить, достаточно оставить комментарий – ответ придет незамедлительно. Социальные сети стали важным инструментом построения отношений с клиентами, в том числе для банков [2, с.62].

В Твиттере брендированные аккаунты созданы для всех направлений бизнеса, спонсорских программ и услуг Barclays (их насчитывается около 20), включая найм сотрудников (Career) и прокат велосипедов (Cycle Hire). На официальном сайте размещена ссылка на аккаунт в Twitter, что стимулирует клиентов использовать такой вид связи с банком.

Ответы на вопросы, публикуемые на странице появляются в промежутке с 8 утра до 8 вечера с понедельника по пятницу. То есть возмож-

ное негативное сообщение или жалоба будут у всех на виду в течение почти двенадцати часов и даже дольше в выходные. Тем не менее сотрудники банка оперативно отвечают на поступающие твит-обращения, хотя решение вопросов онлайн при ограничении в 140 символов требует больше усилий, чем просто попросить связаться по email.

Аналогично аккаунту в Твиттере, в будни здесь ведется активная работа с обращениями клиентов. Также страницу Facebook банк использует в качестве рекламного инструмента: регулярно проводятся конкурсы, продвигающие услуги и продукты (например, карты с персональным дизайном, программу Lifeskills и рекламную кампанию #YouAreFootball). В связи с запуском Your – сайта, на котором клиенты могут высказывать идеи по улучшению сервиса, – Barclays организовывали ежедневные дискуссии на странице в Facebook на протяжении недели. Это отличный способ привлечь клиентов к живому обсуждению с представителями банка вопросов, представляющих для них интерес, например, мобильного банкинга или открытия филиалов [3].

Следует отметить такую особенность развития дистанционного банковского обслуживания как переход клиентов на обслуживание с помощью смартфонов. Отчасти благодаря интернету актуально такое понятие как токенизация – замена реальных данных, которые есть на пластиковой карточке, специальными цифровыми кодами, которые могут храниться на персональных устройствах и в любых других цифровых хранилищах. Отсюда вытекает такой тренд, как on-the-top, т.е. управление счетами на ходу. Этому способствуют такие электронные кошельки, как Apple Pay, Android Pay, Samsung Pay, которые делают возможными покупки в один клик, а также повышают безопасность данных. Однако за счёт простоты и скорости электронные платежные системы забирают у банков всё большую долю рынка платежей.

Развитие цифровых каналов в сочетании с персонификацией обслуживания диктует банкам необходимость формирования новой стратегии. Эта новая стратегия включает в себя «облако» и bigdata. Первое дает возможность предлагать продукты посредством централизованных сервисов где угодно в сети, в то время как bigdata позволяет предложить эти продукты именно тому, кому нужно; API -программные интерфейсы, которые позволяет внешнему приложению обращаться к программным системам внутри самого банка. Такая интеграция социального мобильного взаимодействия с сервисами становится тем самым полем, где разворачиваются битвы за пользователя [2,с. 61].

Рост бесконтактных платежей и электронной коммерции, а также пандемия коронавируса вывели мировой тренд – QR-код, который смог стать частью повседневной жизни пользователей, по мнению Джейсона Голдберга, главного коммерческого стратега Publicis. «Пандемия ускорила тренды, которые мы уже наблюдали», —



сказал он. По его словам, QR-коды – это удобный инструмент в мире, где люди хотят избежать лишних контактов. Технология QR – код используется в системе быстрых платежей, что позволяет обходиться без кассового оборудования и мгновенно получать платежи. Это положительно влияет на постоянство денежного потока, как считает DBS Bank. Кроме того, уже появились банкоматы, которые поддерживают выдачу наличных по QR-коду: клиент банка формирует QR-код в мобильном банке и отправляет его своему контрагенту по электронной почте, тот в свою очередь сканирует в АТМ Банка QR-код и получает наличные [4].

В заключении хотелось бы отметить, что только открытость банков, ориентация на клиента, учет в своей стратегии взаимодействия с клиентами изменение менталитета под влиянием технологического бума, вовлечение клиента в создание продуктов, использование инновационных технологий, интеграция с технологичными партнерами помогут банкам в современном, быстроизменяющемся мире оставаться полезным и эффективным финансовым инструментом.

Литература

1. Ачаповская М. Цифровизации экономика как драйвер инновационного развития // Банкаўскі веснік, сакавік 2019.
2. Антони Е. Современный банкинг – тренды и перспективы // Банкаўскі веснік, ліпень 2015.
3. Пугачёва Юлия. Как банки используют соцсети // Режим доступа: <https://www.likeni.ru/analytics/kak-banki-ispolzuyut-sotsialnye-seti/>. Время доступа: 20.10.2020 г.
4. Популярность QR-кодов в рекламе и маркетинге выросла благодаря пандемии. Режим доступа: <https://www.sostav.ru/publication/qr-kody-v-reklame-45114.html>. Время доступа: 22.10.2020 г.

Гуло Е.С., Жоголь Н.Н. Блокчейн как социальная революция и технология будущего

Рассмотрим тему криптовалюты, а точнее технологии, на которой она базируется. Это технология блокчейн. Впервые она была реализована в 2009 г. Первый получатель принял на свой блокчейн-кошелек транзакцию 10 биткоинов от Сатоши Накамото, 12 января 2009 года. Сатоши Накамото – это анонимный хакер (или группа хакеров), под этим псевдонимом, который 31 октября 2008 года предложил концепцию цепочек блоков. В тех-