

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ: ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Рябцева Л. В.

Кузбасский гуманитарно-педагогический институт федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Кемеровский государственный университет», Новокузнецк, Российская Федерация, e-mail: rjabtzeva@yandex.ru

Для сохранения позиции на рынке банкам необходимо внедрять прогрессивные технологии, оптимизировать бизнес-процессы, повышать качество и разрабатывать новые банковские продукты и услуги. Целью представленного исследования является аналитический обзор цифровых технологий, применяемых в банковской сфере, для определения сложившихся тенденций и возможных перспектив развития. В процессе исследования определены банки-конкуренты, работающие в нише потребительского кредитования и розничных банковских услуг. В процессе исследования был осуществлен сравнительный анализ мобильных приложений банков, который показал их активную цифровизацию, использование современных технологий, в том числе искусственного интеллекта с тенденцией расширения функциональных возможностей мобильных приложений, их интегрирования с нефинансовыми сервисами и государственными платформами, кастомизации интерфейса и предложение. Еще одним трендом, выявленным в процессе исследования цифровых сервисов банков, является использование программ лояльности, которые становятся важным инструментом удержания существующих клиентов и привлечения новых. Перспективными направлениями развития программ лояльности должны стать формирование долгосрочных отношений с клиентами и ценности банка для потребителя, активное внедрение геймификации для повышения вовлеченности. Также в процессе исследования выявлено, что цифровые технологии способствуют совершенствованию операционной деятельности банков, оптимизации их бизнес-процессов. Перспективой в такой деятельности является внедрение электронного документооборота и автоматизация процессов обработки кредитных заявок. Определение тенденций и перспектив использования цифровых технологий банками позволит им повышать свою эффективность и оставаться конкурентоспособными.

Ключевые слова: банки, цифровые технологии, мобильные банки, программы лояльности, бизнес-процессы

DIGITAL TECHNOLOGIES IN THE BANKING SECTOR: TRENDS AND PROSPECTS

Ryabtseva L. V.

Kuzbass Humanitarian and Pedagogical Institute of the Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Kemerovo State University", Novokuznetsk, Russian Federation, e-mail: rjabtzeva@yandex.ru

To maintain their market position, banks need to introduce advanced technologies, optimize business processes, improve quality, and develop new banking products and services. The purpose of the research presented in the article is an analytical review of digital technologies used in the banking sector to identify current trends and possible development prospects. In the course of the research, competitor banks operating in the niche of consumer lending and retail banking services were identified. In the course of the research, a comparative analysis of mobile applications was carried out, which showed the active digitalization of banks, the use of modern technologies, including artificial intelligence, with a tendency to expand the functionality of mobile applications, integrate them with non-financial services and government platforms, and customize the interface and offerings. Another trend identified in the process of researching digital banking services is the use of loyalty programs, which are becoming an important tool for retaining existing customers and attracting new ones. Promising areas for the development of loyalty programs should be the formation of long-term relationships with customers and the bank's value to consumers, as well as the active introduction of gamification to increase engagement. The research also revealed that digital technologies contribute to improving the operational activities of banks and optimizing their business processes. The prospect in such activities is the introduction of electronic document management and automation of loan application processing processes. Identifying trends and prospects for the use of digital technologies by banks will allow them to increase their efficiency and remain competitive.

Keywords: banking, digital technologies, mobile banking, loyalty programs, business processes

Введение

Банковская система играет значительную роль в экономике государства, способствуя ее росту и стабильности. Выступая посредниками между инвесторами и заемщиками, банки предлагают клиентам разнообразный перечень финансовых сервисов [1]. Наряду с этим, цифровая трансформа-

ция финансового сектора, расширение активности финтех-компаний и изменения в предпочтениях потребителей существенно трансформируют рынок финансовых услуг [2]. Ранее востребованные банковские продукты все активнее вытесняются банковскими инновациями и новейшими цифровыми решениями, предлагаемыми небан-

ковскими организациями. Чтобы сохранить позиции на рынке, находящемся в условиях волатильности, банкам приходится изыскивать нестандартные подходы к укреплению своей конкурентоспособности посредством внедрения прогрессивных технологий, оптимизации бизнес-процессов, повышения качества и разработки новых банковских продуктов и услуг, учитывающих запросы сегодняшних пользователей [3].

Цель исследования – аналитический обзор цифровых технологий, применяемых в банковской сфере для определения сложившихся тенденций и возможных перспектив развития.

Материалы и методы исследования

В процессе исследования определены банки-конкуренты, работающие в нише потребительского кредитования и розничных банковских услуг. Несмотря на то, что выбранные для исследования банки функционируют как универсальные кредитные организации, ориентированные на широкий спектр услуг для физических лиц, они в большей степени специализируются на потребительских кредитах, POS-кредитовании (кредитах в магазинах) и выпуске кредитных карт. Проанализированы клиентские предложения этих банков, представленные на официальных сайтах и в мобильных приложениях, рассмотрены потребительские рейтинги, отзывы в официальном магазине приложений RuStore на начало декабря 2025 г. и отчеты банков о результатах их деятельности за 2025 г. В исследовании использованы методы анализа и синтеза информации.

Результаты исследования и их обсуждение

Использование цифровых технологий, включая мобильные приложения и искусственный интеллект, способно повысить эффективность многих процессов в бизнесе и является достаточно привлекательным для потребителей, упрощая их взаимодействие с компаниями [4]. На сегодняшний день коммерческие банки являются самыми передовыми предприятиями, которые наиболее активно применяют в своей работе последние разработки в таких технологиях [5]. В процессе исследования было осуществлено сравнение мобильных приложений, применяемых рядом банков-конкурентов (табл. 1).

Методология исследования включала: определение списка российских банков с мобильными приложениями для физических лиц; сбор и анализ пользовательских отзывов, оценок, количества скачиваний и историй версий мобильных банков в офи-

циальном магазине приложений RuStore¹ на начало декабря 2025 г.; тестирование приложений. Исследуемые показатели отражают текущее отношение пользователя к приложению, без фиксации конкретного временного периода.

Анализ показывает, что все рассмотренные банки имеют мобильные приложения для операционной системы Android, для системы IOS приложения некоторых банков, например АО «Абсолют Банк», заменены веб-версиями. Средний рейтинг банков, представленный в табл. 1, сформирован официальным магазином приложений RuStore на основе всех поставленных оценок потребителей – пользователей приложения, при этом отдается предпочтение более новым оценкам, чтобы отражать реальное качество последней версии. Оценки пользователей приложений, по которым формируется рейтинг, достаточно высокие, лидирует ПАО «Московский Кредитный Банк» с оценкой 4,6. Существенно низкий рейтинг у приложения АО «Банк. Русский Стандарт» (3,4), что связано с некорректной работой приложения, невозможностью быстро осуществить нужные операции. В результате исследования выявлено, что в приложениях означенных банков можно выполнить все популярные функции типа P2P-переводов, оплаты услуг, управления счетами, выдаем, кредитами, картами, получать PUSH-уведомления. Следует отметить постоянное улучшение функциональных возможностей приложений. Так, в 2025 г. в мобильных приложениях появились новые функции типа графика платежей после частичного досрочного погашения кредита, персонализированной настройки главного экрана (табл. 1). Количество скачиваний приведено на основе данных RuStore, определяется автоматически на основе данных, фиксируемых при установке приложения пользователем. При этом можно сделать вывод, что пользователи операционной системы Android достаточно часто скачивают приложения банков АО «ОТП Банк», ПАО «Московский Кредитный Банк», АО «Банк. Русский Стандарт», что связано как с их популярностью у пользователей, так и постоянным обновлением данных приложений. Уровень проникновения мобильных приложений, который определялся автором путем соотношения количества скачиваний приложений на начало декабря 2025 г. к количеству клиентов банка, указанных на официальных сайтах на соответствующую дату, достаточно высокий, в некоторых банках он превышает 70%.

¹ RuStore. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rustore.ru/> (дата обращения: 10.12.2025).

Таблица 1

Сравнительные характеристики мобильных банков

Критерии для сравнения мобильных банков	Банки				
	АО «ОТП Банк»	ПАО «Московский Кредитный Банк»	АО «Банк. Русский Стандарт»	АО «Кредит Европа Банк» (Россия)	АО «Абсолют Банк»
Название мобильного банка	ОТП Банк Онлайн	МКБ Мобайл	Русский Стандарт Онлайн	Кредит Европа Банк	Абсолют Mobile
Рейтинг	4,0	4,6	4,4	3,4	4,0
Новые функции	Прогноз графика платежей после частичного досрочного погашения кредита (ЧДП); самостоятельная отмена активной заявки на ЧДП; оплата любых QR-кодов	Открытие и пролонгация вкладов; заказ выписки на английском языке; проверка комиссии при осуществлении платежей	Главная информация в одном блоке на главном экране; важные напоминания и уведомления; быстрое оформление новых продуктов	Поиск по приложению на главном экране; возможность добавить на экран нужные функции; настройка отображения нужных продуктов	PUSH-уведомления для операций ОМС и Обмен валюты; отображение бонусов; возможность сфотографировать и поделиться графиком платежей по кредиту
Биометрическая идентификация	Распознавание по отпечатку пальца, голосу	Распознавание по лицу, отпечатку пальца, голосу	Распознавание по лицу	Распознавание по отпечатку пальца	Распознавание по голосу
Искусственный интеллект	Чат-боты, оценка кредитных рисков	Чат-боты, кредитный скоринг	Чат-боты	Чат-боты	Чат-боты
Количество скачиваний приложения	Более 2 млн	Более 900 тыс.	Более 900 тыс.	Более 100 тыс.	Более 100 тыс.
Уровень проникновения	67%	72%	62%	58%	55%
Конверсия кредитных заявок	7,8%	8,2%	7,5%	7,2%	6,9%

Примечание: составлена автором на основе полученных данных в ходе исследования.

Кроме того, у всех банков есть сайты и интернет-банки или личные кабинеты для удаленного получения банковских услуг. Конверсия кредитных заявок является важным показателем эффективности банковского маркетинга и продаж, который отражает процент пользователей, оформивших заявку, от общего числа посетителей сайта. Уровень конверсии заявок, представленный в табл. 1, взят автором из отчетов о деятельности банков за 2025 г. Возможность получения такой информации в некоторой степени определила выбор автором банков для сравнения. Уровень конверсии кредитных заявок достаточно высокий, лидером здесь является ПАО «Московский Кредитный Банк», который официально входит в перечень системно значимых кредитных организаций России, утвержденный Банком России на 2025 г.

Таким образом, можно определить общую тенденцию активной цифровизации банков, развития и внедрения современных технологий, в том числе искусственного интеллекта. Перспективой развития данного тренда может стать дальнейшее внедрение инновационных технологий по принципу комплексности, основанной на интеграции цифровых механизмов в единую экосистему банка, обеспечивающую безопасность и эффективность его функционирования. Это становится возможным благодаря расширению функциональных возможностей мобильных приложений, их интегрированию с нефинансовыми сервисами и государственными платформами, глубокой кастомизации интерфейса и предложений. В то же время такая деятельность должна сопровождаться повышением безопасности и удобства использования цифровых сервисов путем применения биометрической идентификации по голосу, отпечатку пальца, распознаванию лица, радужной оболочке глаз и технологии блокчейн. Это позволит клиентам не только безопасно авторизоваться в мобильном банке и подтверждать операции, но и снизить количество мошеннических операций, а также будет способствовать появлению новых форм бесконтактных платежей [6]. Дальнейшая интеграция цифровых сервисов должна сопровождаться более активным внедрением технологий искусственного интеллекта, например для осуществления скоринга, персонализации предложений для клиентов, улучшения качества обслуживания за счет использования чат-ботов, повышения эффективности оценки кредитных рисков. Кроме того, развитие банковской сферы невозможно без диверсификации деятельности, примерами которой могут быть ESG-кредиты для бизнеса с пониженной ставкой или инвестиционные продукты в форме брокерских услуг и индивидуальных инве-

стиционных счетов (ИИС). Оптимизация этих процессов практически невозможна без использования новейших технологий типа робо-эдвайзеров – онлайн-платформ, использующих искусственный интеллект для управления инвестициями [7].

Еще одним трендом, выявленным в процессе исследования цифровых сервисов банков, является использование программ лояльности, что в условиях высокой конкуренции на рынке розничных банковских услуг становится важным инструментом удержания существующих клиентов и привлечения новых. Автором проведен анализ программ лояльности, предлагаемых исследуемыми банками, который показывает, что большинство из них использует балльные системы или возврат части потраченных средств (кешбэк) в виде бонусов (табл. 2). Информация о программах лояльности (условия, баллы, скидки) взята на официальных сайтах банков, а также в отчетах о деятельности банков за 2025 г. Сделать выводы о трендах в использовании программ лояльности также позволили результаты опроса клиентов банков, проведенного финансовым маркетинг-плейсом Банки.ру во второй половине 2024 г.² В большинстве программ потребители могут самостоятельно выбирать категории для повышенного кешбэка и получать его в рублях. Однако приложения не отображают размер начисленного кешбэка в деталях конкретной операции, хотя эта функция может быть весьма полезна.

Перспективными направлениями развития программ лояльности должны стать формирование долгосрочных отношений с клиентами и ценности банка для потребителя, активное внедрение геймификации в программы лояльности для повышения вовлеченности [8]. Это возможно, если основными принципами создания таких программ станут комплексность и взаимосвязь ее механизмов, развитие свойств системности, масштабности и универсальности, с максимальной персонализацией [9]. Программы лояльности должны быть просты и понятны, но дифференцированы по обслуживаемым сегментам и получаемым ими вознаграждениям.

Кроме того, интеграция программы лояльности с CRM-системой банка позволит анализировать поведение клиентов, персонализировать предложения и повышать эффективность маркетинговых кампаний. При этом модели анализа лояльности клиентов должны строиться на основе многокритериальной оценки финансовой услуги потребителями [10].

² Финансовый маркетинг-плейс Банки.ру: офиц. сайт. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.banki.ru/news/daytheme/?id=11012161> (дата обращения: 10.12.2025).

Таблица 2

Анализ программ лояльности банков-конкурентов

Банк	Название программы	Условия начисления бонусов, баллов	Условия использования бонусов, баллов	Условия участия в программе
АО ОТП Банк	ОТП Bonus Plus	Выбираются категории кешбэка в приложении или интернет-банке. При совершении покупок по карте участнику программы начисляются бонусы	Накопленные бонусы (от 500 бонусов) конвертируются в рубли в мобильном или интернет-банке	Для держателей дебетовой или премиальной ОТП Карты
ПАО Московский Кредитный Банк	«МКБ Бонус»	Баллы начисляются за покупки, лимит начисления – 3000 баллов в месяц	Баллы можно перевести в рубли (1 балл = 1 рубль) и компенсировать ими покупки, до 5000 баллов в месяц	Программа доступна при регистрации в мобильном приложении
АО Банк. Русский Стандарт	«RS Cashback»	Возврат части потраченных средств (кешбэк) в виде бонусов за покупки по картам	Бонусы можно тратить на платежи и переводы, возмещать рубли, а также использовать в партнерских акциях	Для держателей кредитной карты «RSB Cashback»
АО Кредит Европа Банк (Россия)	Нет единой программы. Множество акций и бонусов	Кешбэк баллами начисляется за покупки в размере до 7%, до 5000 баллов в месяц, баллы не сгорают	Баллы можно тратить на следующие покупки	Для держателей карт банка
АО Абсолют Банк	«Рыжие бонусы»	За покупки у партнеров через мобильное приложение, переходя на их сайты из кабинета лояльности	Компенсация части покупок (рубли начисляются на счет) или покупка кешбэк-сертификатов	Для держателей карт «Мир»

Примечание: составлена автором на основе полученных данных в ходе исследования

Интеграция с другими информационными системами на основе анализа бизнес-процесса «Начисление баллов по программе лояльности» [11] обеспечит автоматическое начисление баллов и обработку запросов клиентов.

Еще одним трендом в использовании цифровых технологий является выход банков на маркетплейсы для привлечения клиентов, активно использующих онлайн-платформы для приобретения банковских продуктов. На современном этапе одним из основных направлений развития рынка банковских продуктов становится развитие дистанционного банковского обслуживания, в том числе посредством системы «Интернет-банкинг» для физических и юридических лиц [12]. Помимо этого, выход на маркетплейсы позволяет сократить затраты на традиционные каналы продвижения и расширить географию присутствия банка. Такая интеграция в цифровые экосистемы и упрощение доступа клиентов к банковским услугам может способствовать увеличению продаж финансовых

продуктов и повышению прибыли [13]. Кроме того, цифровые технологии способствуют совершенствованию операционной деятельности банков, оптимизации их бизнес-процессов. Примером таких действий может стать внедрение электронного документооборота и автоматизация процессов обработки кредитных заявок. Перспективой в такой деятельности является использование готовых решений, например «Системы принятия решения по заявкам» (СПР), которая позволяет проводить всесторонний анализ объектов сделки и принимать взвешенные решения с учетом специфики рискованной политики и внутренних регламентов банка по рассмотрению заявок на приобретение продуктов и оказание услуг. Электронный документооборот может быть налажен на основании таких систем, как 1С, 1С: ЗУП или Docflow, применение которых обеспечит автоматизацию работы с документами на всех этапах жизненного цикла, от создания до архивирования. В долгосрочной перспективе это позволит сократить время на документальное оформление рабочих

процессов и повысит эффективность деятельности персонала [14]. При этом возникнет необходимость развития цифровой организации труда, обучения персонала по программам, связанным с цифровым банкингом, повышения конкурентоспособности работников, приводящие к росту конкурентоспособности организации [15].

Заключение

В результате исследования определены основные тенденции в использовании банками цифровых технологий. Это активное развитие цифровых сервисов, внедрение программ лояльности клиентов, совершенствование операционной деятельности. Перспективными направлениями дальнейшего использования цифровых технологий являются комплексная интеграция цифровых сервисов, предполагающая развитие мобильных банков путем расширения их функций и предложения новых услуг с применением искусственного интеллекта, сопровождаемая обязательной биометрической идентификацией и технологией блокчейн; применение многоуровневых программ лояльности для клиентов и их интеграция с другими информационными системами; автоматизация бизнес-процессов обработки кредитных заявок, внедрение электронного документооборота, обучение сотрудников банков. Определение тенденций и перспектив цифровизации банков позволит им повышать свою эффективность и оставаться конкурентоспособными.

Список литературы

1. Умарова С. Х., Макшарипова Э. А., Дельмиханова Х. А. Анализ развития банковского сектора современной России // *Управленческий учет*. 2022. № 12. С. 666–671. DOI: 10.25806/uu12-32022666-671.
2. Родин Д. Я., Карартынян А. А., Зиниша О. С., Симонянц Н. Н. Роль банковских институтов в финансовом обеспечении устойчивого развития региональной экономики // *Экономика, предпринимательство и право*. 2021. Т. 11. № 6. С. 1345–1360. DOI: 10.18334/epp.11.6.112265.
3. Заруднева А. Ю., Кондакова Е. Е. Возможности повышения конкурентоспособности коммерческого банка (на примере АО «Альфа-банк») // *Вестник научной мысли*. 2023. № 1. С. 5–10. DOI: 10.34983/DTIPB.2023.11.33.00. EDN: ANJNQK.
4. Жадько Е. А., Андриющенко Е. А., Берин В. О., Монзина К. Б. Влияние трендов искусственного интеллекта

на поведение потребителей // *Деловой вестник предпринимателя*. 2025. № 2 (20). С. 90–92. EDN: SRAHKC.

5. Мусабеков Д. Х. Технологии цифрового банкинга и способы повышения конкурентоспособности коммерческих банков // *Сфера услуг: инновации и качество*. 2022. № 63. С. 73–78. EDN: SHWJNO.

6. Романова Д. А. Перспективные направления повышения конкурентоспособности коммерческого банка с использованием современных финансовых технологий // *Молодой ученый*. 2023. № 21 (468). С. 180–183. EDN: FHFMUF.

7. Ломакин Н. И., Юрова О. В., Терехов Т. В., Шабанов Н. Т. Разработка робо-эдвайзера на основе искусственного интеллекта по методу «случайный лес» как фактор повышения инвестиционной активности населения // *π-Economy*. 2023. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razrabotka-robo-edvayzera-na-osnove-iskusstvennogo-intellekta-po-metodu-sluchaynyu-les-kak-faktor-povysheniya-investitsionnoy> (дата обращения: 17.11.2025).

8. Реброва Н. П., Фрик О. В., Лунева Е. А. Роль потребительского поведения в деятельности современных компаний // *Фундаментальные исследования*. 2022. № 9. С. 76–80. URL: <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=43331> (дата обращения: 26.11.2025). DOI: 10.17513/fr.43331.

9. Сазонов С. П., Езангина И. А., Харламова Е. Е., Чеховская И. А. Роль развития стратегии цифровизации в повышении конкурентоспособности современного коммерческого банка в сфере розничных услуг // *Фундаментальные исследования*. 2021. № 2. С. 50–56. URL: <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=42965> (дата обращения: 27.11.2025). DOI: 10.17513/fr.42965.

10. Гусева А. И., Матросова Е. В., Тихомирова А. Н., Матросов Н. Н. Многокритериальная модель анализа лояльности клиентов // *Фундаментальные исследования*. 2020. № 6. С. 31–37. URL: <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=42773> (дата обращения: 26.11.2025). DOI: 10.17513/fr.42773.

11. Shishkina A. O., Khalimova P. M., Li A. A. Optimization project for the management system of a loyalty program based on the process approach // *Technoeconomics*. 2025. Vol. 4. Is. 1 (12). P. 33–42. DOI: 10.57809/2025.4.1.12.4. EDN: IMLPQU.

12. Урунов А. А., Морозова И. М., Родина И. Б., Юсупова М. Р. Рынок банковских продуктов: анализ современного состояния и перспективы развития // *Фундаментальные исследования*. 2020. № 12. С. 228–233. URL: <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=42938> (дата обращения: 26.11.2025). DOI: 10.17513/fr.42938.

13. Чеховская И. А., Езангина И. А., Чеховская К. А. Ключевые направления повышения конкурентоспособности экосистемы коммерческого банка в условиях развития цифровой экономики: российская практика // *Экономика и предпринимательство*. 2024. № 6 (167). С. 830–836. DOI: 10.34925/EIP.2024.167.6.173. EDN: QDOVGG.

14. Лапцевич А. А., Дулькевич А. И. Современные тенденции в развитии электронного документооборота. Анализ видов электронной цифровой подписи // *Современные средства связи*. 2020. № 1. С. 235–236. EDN: EUIGEX.

15. Мазин А. Л. Влияние конкурентоспособности работников на конкурентоспособность организации // *Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии*. 2024. № 3. С. 55–59. EDN: OZLTH.

Конфликт интересов: Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Conflict of interest: The author declares that there is no conflict of interest.