

2. Ивановская Л.А. Анализ реализации функции мотивации в российских банках // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2014. № 3. Ч. 1 [Электронный ресурс]. URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2014/03/3970> (дата обращения: 07.02.2019).
3. Ильясов С.М., О мотивации персонала коммерческого банка // Банковское дело. — 2010. — № 4. — с. 68–71
4. Афонина А.С. Мотивация труда банковских работников // Молодой ученый. — 2013. — №5. — С. 355-356. — URL <https://moluch.ru/archive/52/6878>.
5. Волгина, О.Н. Особенности и механизмы мотивации труда в финансово-кредитных организациях / О.Н. Волгина. — http://www.cfin.ru/books/examen/descr_hr_in_banks.shtml.
6. Костюкова, С.Н. Особенности построения эффективной системы мотивации сотрудников коммерческого банка // С.Н. Костюкова, О.В. Дроздова // Устойчивое развитие экономики: международные и национальные аспекты [Электронный ресурс]: электронный сборник статей II международной научно-практической конференции, посвященной 50-летию Полоцкого государственного университета, Новополоцк, 7–8 июня 2018 г. / Полоцкий государственный университет. — Новополоцк, 2018. — 1 электрон.опт. диск (CD-ROM). — С. 688-692.
7. Костюкова, С.Н. Методический инструментарий внедрения системы ключевых показателей эффективности деятельности специалистов розничного бизнеса коммерческого банка / С.Н. Костюкова, Н.С. Черевко // Банковская система: устойчивость и перспективы развития : сборник научных статей десятой международной научно-практической конференции по вопросам банковской экономики, УО “Полесский государственный университет”, г. Пинск 25 октября 2019 г. / Министерство образования Республики Беларусь [и др.]; редкол.: К.К. Шебеко [и др.] — Пинск: ПолесГУ, 2019. — С. 96-101.
8. Костюкова, С.Н. Классификация ключевых показателей деятельности специалистов розничного бизнеса коммерческого банка / С.Н. Костюкова, Н.С. Черевко // Фінансові механізми сталого розвитку України: матеріали міжнар. наук.-практ. конф., 18 жовтня 2019 р. / редкол.: О. І. Черевко [та ін.] ; Харківський держ. ун-т харч. та торг. — х.: ХДУХТ, 2019. — С. 58-60.

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ СИСТЕМЫ БАНКОСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

И.С. Бичель

*аспирант экономического факультета Белорусского государственного университета (г. Минск,
Республика Беларусь)*

С.Н. Костюкова

*канд. экон. наук, доцент кафедры корпоративных финансов Белорусского государственного
университета, (г. Минск, Республика Беларусь)*

Аннотация. В современных условиях цифровая трансформация системы кредитования малого бизнеса является неотъемлемой частью процесса становления цифровой экономики любого государства. Сегодня имеются все основания утверждать, что бизнес в эпоху цифровых трансформаций – это новая реальность, в которой функционируют банки и финансово-банковские учреждения. Эта реальность отличается непрерывным характером технологических изменений и бизнес-процессов. Современные бизнес-процессы в банковской и финансовой деятельности в значительной мере уже основаны на использовании возможностей цифровых технологий для реализации концепции клиентоориентированности, включая обеспечение постоянного доступа клиентов к услугам банка. Опыт показывает, что наиболее быстро воспринимаются цифровые технологии в финансово-банковском секторе, который является локомотивом цифровой трансформации государства, мотивируя и подтягивая другие секторы экономики.

Abstract. In modern conditions, the digital transformation of the small business lending system is an integral part of the process of formation of the digital economy of any state. Today, there is every reason to say that business in the era of digital transformation is a new reality in which banks and financial and banking institutions operate. This reality is characterized by the continuous nature of technological changes and business processes. Modern business processes in banking and financial activities are already largely based on the use of digital technologies to implement the concept of customer orientation, including ensuring constant access of customers to the Bank's services. Experience shows that digital technologies are most quickly perceived in the financial and banking sector, which is the engine of digital transformation of the state, motivating and pulling other sectors of the economy.

В основу любой трансформации заложены изменения, ключевым аспектом которых является изменение подхода к чему-то привычному. Говоря о трансформации банковской сферы – здесь ключевым аспектом является изменение подхода к ведению бизнеса финансово-банковскими учреждениями.

Традиционно, когда банки под работой с малым бизнесом (далее – МБ) подразумевали только кредитование и операционное обслуживание, вопрос о развитии дистанционных каналов и цифрового

банкинга как таковой не стоял: клиентов фактически принуждали молча пользоваться тем уровнем сервиса, который есть, ввиду их привязанности кредитными обязательствами.

Однако в конце 2019 г. перед банковским бизнесом возник новый вызов – «коронокризис».

Кризис, вызванный эпидемией COVID-19, ускорил проникновение цифровых технологий, диджитализацию банкинга и ослабил желание клиентов ходить в отделения банков.

В Китае и Италии, например, с распространением коронавируса цифровая вовлеченность клиентов выросла на 10-20 % [1].

Вместе с тем, гиганты глобальной цифровой экономики уже несколько лет активно предоставляют финансовые услуги и кредитуют малый бизнес. Этим занимаются компании, чей основной бизнес берет начало на онлайн-маркетплейсах, в поисковых системах, социальных сетях, электронной коммерции, телекоммуникациях и так далее. Хорошие позиции для роста на финансовом рынке им дают два фактора. Во-первых, у них уже есть миллионы лояльных МБ-клиентов. Во-вторых, это полностью цифровые компании, которые работают с МБ полностью в цифровой среде и накапливают огромные массивы данных о своих клиентах.

По сравнению с другими альтернативными кредитодателями для МБ, технологические корпорации контролируют гораздо больший объем данных о своих клиентах из малого и среднего бизнеса. Также они способны выделять большие инвестиции на развитие своих инициатив в области финансовых услуг, чтобы предлагать первоклассные цифровые услуги и опыт. И они действительно намного опережают традиционные банки в использовании аналитики и искусственного интеллекта для понимания предпочтений и поведения клиентов.

Все лидеры китайского рынка в сферах электронной коммерции (Alibaba+Ant Financial), социальных сетей (Tencent) и веб-поиска (Baidu) шагнули в финансовый сегмент. Их потенциал позволяет превзойти на этом рынке все западные решения и превратить Китай в центр мирового цифрового банкинга. Диджитал-игроки китайского финансового рынка смогли опередить банки, предложив малому бизнесу удобные, надежные, быстрые и выгодные альтернативы традиционным банковским платежам. Количество клиентов этих корпораций сопоставимо, а то даже и превышает число клиентов ведущих банков Китая. Быстрый интернет в стране, высокое проникновение мобильных технологий и благоприятное регулирование помогают подпитывать быстрый рост [2].

Гигант электронной коммерции Alibaba управляет крупнейшим национальным и международным маркетплейсом. Вместе со своей дочерней финансовой компанией Ant Financial корпорация обслуживает более 425 млн. активных пользователей, свыше 10 млн. активных МБ-продавцов и более 450 млн. активных пользователей платежного сервиса Alipay. В июне 2015 г. корпорация Ant Financial запустила интернет-банк MYBank, а в начале 2016 г. объединила его с Ant Micro Loans – подразделением, которое занимается кредитованием МБ и предоставляет кредиты торговцам маркетплейса Alibaba объемом до \$155 тыс. [2].

В январе 2016 года корпорация Alibaba заключила 25 партнерских отношений с рейтинговыми агентствами и финансовыми институтами в Китае и других странах мира. Эти новые партнерства позволяют Alibaba финансировать МБ, который занимается международной торговлей.

Tencent – ведущая социальная сеть и гейминговая платформа в Китае. Она управляет сверхпопулярными мессенджерами, включая Weixin/WeChat (752 млн. активных пользователей) и мобильный мессенджер QQ (877 млн. активных пользователей), а также социальную сеть Qzone (648 млн. активных пользователей). Также Tencent владеет Tenpay – второй по величине платежной платформой в Китае, к которой привязаны банковские платежные карты более 300 млн. пользователей Weixin и QQ. В январе 2015 г. Tencent совместно с двумя инвестиционными компаниями запустил WeBank – первый полностью онлайн-банк в Китае.

Tencent также использует данные многих партнерских компаний для оценки кредитоспособности МБ. Например, кредит от WeBank грузоперевозчику из Шеньчжэня был выдан на основе данных, полученных от логистической платформы Huochebang, которую проинвестировал Tencent.

Baidu – самый популярный интернет-поисковик на китайском языке. В ноябре 2015 г. компания запустила Baixin Bank – финансовую организацию, основанную совместно с China CITIC Bank. Baixin Bank объединяет в себе преимущества операций в интернете с удобством традиционных банковских счетов. Baidu будет снабжать Baixin Bank данными о трафике, поведенческими данными пользователей и анализом данных, а CITIC – привносить в это свое знание финансовых продуктов. Хотя изначально фокус был направлен на финансовые возможности для ритейла, анализ поиска Baidu открыл возможности сотрудничества с кредитополучателями из МБ. Данные показывают корреляцию между поисковыми запросами предпринимателя и его потребностями в кредитовании, а

также вероятностью успешного погашения кредита. Владельцы малых бизнесов, которые ищут в поиске «лотерейные билеты», вряд ли могут рассчитывать на кредит от Baixin Bank [2].

Американские технологические гиганты – Amazon, Apple, Facebook, Google и другие – вошли на рынок финансовых сервисов несколько лет назад. Все они предлагают платежные инструменты, но два из них – Amazon и PayPal – также предлагают МБ-кредитование для продавцов на своих платформах.

Amazon, у которого свыше 300 млн. активных пользователей и 176 млн. посещений сайта в день, начал предлагать краткосрочные кредиты (от 3 до 6 мес.) двум миллионам продавцам с октября 2012 г. в США, Великобритании и Японии. Amazon владеет информацией о том, какие товары покупают пользователи, по каким чаще бывают возвраты, а также статистику платежных трендов. Кроме того, тесные взаимоотношения с продавцами позволяют Amazon снижать риски, взимая платежи по кредиту с выручки от сделок продавца на платформе.

Для того, чтобы получить возможность запросить кредит от Amazon, бизнес должен разместить на маркетплейсе определенное количество товарных позиций. Также Amazon обращает внимание на репутацию продавца среди покупателей.

Американский PayPal Working Capital предлагает МБ-клиентам гибкие займы на покрытие кассовых разрывов – за фиксированную комиссию, которая зависит от степени риска, без всяких ограничений по срокам возврата. Компания автоматически взимает возвраты по кредиту через списания определенного процента с ежедневного торгового оборота (например, бизнес платит больше, когда продажи хорошие – и меньше, когда продажи идут плохо). Процент выплат определяют сами владельцы бизнеса при запросе кредита, он может колебаться от 10 % до 30 % (чем выше процент выплат, тем меньше плата за услугу).

Для принятия быстрых решений по таким кредитам PayPal использует историю продаж торговца. Плохие отзывы на eBay, большое количество возвратов, большие сезонные колебания – все это может стать «красным флагом». При этом PayPal не использует никакой внешней проверки кредитоспособности клиента, а решение о выдаче кредита принимается буквально за считанные минуты.

В целом, цифровое кредитование приобретает все более значимую роль в финансировании МБ. Выделяют 2 базовых институциональных типа использования альтернативных цифровых МБ-потоков данных для принятия решений о выдаче кредита.

Ниже рассмотрим каждый из типов с примерами с разных рынков.

1. P2P-платформы кредитования.

P2P-платформы для МБ-кредитополучателей предоставляют займы в режиме онлайн. Кредитодателями на таких платформах могут выступать как частные лица с высокими доходами, так и институциональные кредитодатели (например, банки, хедж-фонды, пенсионные фонды, family-офисы, правительства и т.д.). Как правило, они ориентированы на длинные кредиты от одного до пяти лет. Они взимают авансовые сборы за выдачу кредита с кредитополучателей, а также сервисные сборы за обслуживание кредита с кредитополучателей, в течение всего срока действия кредита. Кредитодатели получают проценты по кредитам и несут риск дефолта по кредитам. Ставки часто ниже или сопоставимы с банковскими ставками.

Большинство платформ используют модели автоматического кредитного скрининга для оценки кредитоспособности и расчета процентной ставки по кредитам, контроля и обслуживания кредитного портфеля, а также обработки выплаты процентов и работы с дефолтами.

P2P-кредитодатели МБ используют как традиционные, так и альтернативные источники данных, но по-настоящему от других кредитодателей их отличает способность управлять этими данными по-новому.

Крупнейший P2P-кредитодатель Великобритании – Funding Circle. Он автоматически проводит процедуру андеррайтинга, подтягивая данные через API из многих источников в свой портфель кредитных решений и позволяя компании очень быстро принимать решения по кредитам. Хотя здесь принимаются во внимание и традиционные данные (включая денежный поток бизнеса, личные денежные потоки владельца, залоговое имущество), в значительной степени на решение влияют и альтернативные показатели, такие как движение денежных средств в реальном времени, отзывы на сервисе Yelp и активное присутствие владельца бизнеса в рыночном онлайн-комьюнити.

Как и другие P2P-провайдеры, Funding Circle также получает данные о МБ через реферальных партнеров – в частности, банков Santander и RBS в Великобритании (банковские данные и данные по транзакциям), софтверным компаниям вроде Intuit и Sage (облачная бухгалтерия и данные по бизнес-финансам), H&R Block (бухгалтерия, данные по зарплатам, налогам и т.д.). Кроме того, партнерство с

кредитными онлайн-брокерами, а также правительством и ассоциациями МБ, помогают Funding Circle и другим P2P-кредиторам находить потенциальных клиентов.

Даже если P2P-платформы не могут получить прямой доступ к данным от банка, альтернативные подходы включают скрининг финансовых приложений для сбора банковской информации и информации о транзакциях. Индийский проект Faircent благодаря интеграции с Yodlee предоставляет технологию банковского скрапинга. Она позволяет Faircent, с согласия МБ-клиентов, через цифровые каналы получать информацию со всех депозитных и кредитных счетов кредитополучателя.

Поведение пользователя в интернете также может дать онлайн-кредитодателям важную информацию. Литовский SAVY оценивает поведение владельца бизнеса в интернете, его историю, предыдущие заявки на кредиты и другую статистическую информацию, которая может пролить свет на его дальнейшие планы. Например, компания может отследить, что владелец бизнеса не прочитывает всю информацию внимательно и делает все быстро с помощью функций «копировать» и «вставить». Такое поведение свидетельствует о том, что кредитополучатель хочет получить деньги как можно скорее – и снижает шансы на то, что он их вернет. И наоборот, если он тратит много времени на сбор и заполнение информации, моделирует различные сценарии – скорее всего, он отдаст кредит.

В дополнение к получению информации от банков, других финансовых учреждений, кредитных сервис-провайдеров, систем онлайн-отчетности, P2P-кредиторы также получают информацию через цепочку поставок. Например, южноафриканский проект Rainfin предоставляет МБ кредиты в партнерстве с M2North (занимается документооборотом о закупках между большими компаниями и МБ). Это позволяет RainFin получать доступ к данным о кредитоспособности бизнеса. RainFin использует данные, чтобы просчитать потенциальный денежный поток предприятия.

Другой пример того, как P2P-платформы для МБ используют данные электронной коммерции – немецкий Bitbond. Позволяя кредитополучателям привязывать к заявке на кредит свои аккаунты на eBay и PayPal, Bitbond получает понимание кредитоспособности заявителя. В частности, онлайн-продавец с тщательно оберегаемой репутацией, большим количеством позитивных отзывов и хорошей историей оплат вряд ли будет допускать просрочки по кредиту.

Индивидуальное поведение, в частности, страницы в социальных сетях владельца МБ, также принимаются во внимание. Faircent с позволения кредитополучателя собирает альтернативные данные с социальных платформ вроде LinkedIn and Facebook. Алгоритмы платформы ищут там симптомы хорошего или плохого кредитного поведения. Faircent оценивает стиль жизни кредитополучателя, его траты (купил ли телефон новейшей модели, часто ли ходит в бары и так далее), анализируя банковский счет и платежные транзакции.

В дополнение к социальным медиа, P2P-платформы также эксплуатируют психометрическую информацию для кредитного скоринга и скрининга. Индонезийский проект Moldaku анализирует потенциальных кредитополучателей, предлагая им 5-шаговый процесс скрининга. Один из шагов – психометрический тест, разработанный финтех-компанией Entrepreneurial Finance Lab (EFL). Потенциальные кредитополучатели должны заполнить 25-минутный опросник – и менее чем через 10 минут EFL дает свое заключение по кредитному рейтингу [2].

Китайские P2P-платформы имеют свои особенности благодаря уникальной O2O-модели (offline-to-online). В Китае многие малые бизнесы ведут бизнес неформально и не всегда имеют четкую бухгалтерию, а значит их сложнее анализировать. Поэтому многие китайские P2P-платформы применяют гибридную O2O-модель: платформы ищут кредитодателей онлайн, а привлечение кредитополучателей и проверку их кредитоспособности проводят оффлайн. Это достигается благодаря партнерству с небанковскими финансовыми учреждениями либо через систему агентов. Эти агенты могут, например, ходить в офис кредитополучателя и делать фото с рабочих мест. Некоторые платформы на других развивающихся рынках также применяют определенные методы оффлайн-аутентификации, чтобы соответствовать нормам KYC («Знай своего клиента»).

2. Балансовые онлайн-кредитодатели.

Балансовые онлайн-кредитодатели МБ зарабатывают не на комиссии и обслуживании, а непосредственно на процентах по кредиту кредитополучателя. Более высокий доход идет рука об руку с риском возможных дефолтов по кредитам. В целом, длительность таких кредитов меньше (от месяца до трех лет), а процентные ставки выше, чем у P2P-платформ для МБ. Как правило, балансовые онлайн-кредитодатели используют транзакционные данные как ключевой аргумент в оценке кредитоспособности и формировании стоимости кредита по своей скоринговой модели. В дополнение к предоставлению кредита и расчету стоимости кредита, они также могут снижать

расходы и риски, связанные с выплатами, благодаря автоматизированному извлечению денег с бизнес-счетов кредитополучателя либо с его регулярных транзакций, чаще всего в ежедневном формате.

Американский проект Kabbage анализирует большое количество транзакций для каждого кредита. Компания собирает альтернативные данные с банковских счетов кредитополучателя, а также торговых балансов, социальных сетей, сайтов электронной коммерции и многих других частных и публичных источников для калибровки рисков и оценки кредитоспособности бизнеса, который заинтересован в кредите. Эта информация представляется из источников в ежедневном формате. Типичный кредит Kabbage, по словам руководства компании, может базироваться на 30 различных источниках данных и более 50 различных моделей оценки этих данных, применяемых в разные моменты времени.

Как и P2P-платформы балансовые онлайн-кредитодатели также активно пользуются данными платформ электронной коммерции. Например, британский проект Iwoca позволяет МБ подгружать в заявку на кредит ссылку на аккаунты на подобных платформах (eBay, Amazon и другие). Эти аккаунты демонстрируют продажи, количество активных товарных позиций, рейтинги и отзывы.

Американский проект Apranita фокусируется на растущей нише разработчиков мобильных приложений и ищет альтернативную информацию о потенциальных кредитополучателях через интеграцию с магазинами приложений (GooglePlay и Apple), а также сервисов аналитики (Flurry, Localytics, MixPanel, and AppsFigures), которые позволяют быстро сделать вывод о текущих показателях и потенциале проекта. Используя их алгоритмы, Apranita может вынести оценку кредитоспособности за несколько минут и выдать средства в течение суток.

Что касается белорусских банков, то цифровое кредитование бизнеса находится только в зародышевом состоянии. В 2020 г. цифровые кредиты из 25 банков предоставляли Белгазпромбанк, Белинвестбанк и БПС-Сбербанк. При этом круг кредитополучателей ограничен только действующими клиентами этих банков [3,4,5]. При этом при анализе кредитоспособности заявителей используются только внутренние данные (объем оборотов по счетам, качество расчетов с банком по комиссиям и услугам, кредитная история). Срок принятия решения по кредитным заявкам может достигать до 2-х дней.

Белорусские банки сегодня пока еще неспособны предоставлять услуги нового поколения, которые представители МБ ждут от банков.

Все это может привести к тому, что сегодняшние лидеры рынка могут растерять свою основную клиентскую базу при появлении на рынке кредитования диджитал банка.

Именно поэтому, чтобы оставаться актуальными в эпоху цифровых технологий, банкам, обслуживающим МБ, важно переосмыслить свой бизнес, поставив во главу угла клиентский опыт. Это смогут сделать только действительно гибкие, быстро реагирующие на изменения и технологически продвинутые финансовые учреждения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Leading a consumer bank through the coronavirus pandemic // Аналитическое агентство McKinsey & Company [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mckinsey.com/~/media/McKinsey/Industries/Financial%20Services/Our%20Insights/Leading%20a%20consumer%20bank%20through%20the%20coronavirus%20pandemic/Leading-a-consumer-bank-through-the-coronavirus-pandemic-final.ashx> // – Минск, 2020. – Дата доступа: 01.09.2020.
2. Alternative Data Transforming SME Finance // Официальный сайт Всемирного банка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://documents1.worldbank.org/curated/en/701331497329509915/pdf/116186-WP-AlternativeFinanceReportlowres-PUBLIC.pdf> // – Минск, 2020. – Дата доступа: 01.09.2020.
3. Официальный сайт ОАО «Белгазпромбанк» // Официальный сайт банка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://belgazprombank.by> // – Минск, 2020. – Дата доступа: 01.09.2020.
4. Официальный сайт ОАО «Белинвестбанк» // Официальный сайт банка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belinvestbank.by> // – Минск, 2020. – Дата доступа: 01.09.2020.
5. Официальный сайт ОАО «БПС-Сбербанк» // Официальный сайт банка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bps-sberbank.by> // – Минск, 2020. – Дата доступа: 01.09.2020.

ОЦЕНКА И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Арашкевич О. В.,

кандидат экономических наук, доцент ГГУ им. Ф. Скорины (Гомель, Республика Беларусь)