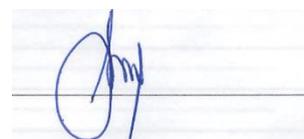


**АКАДЕМИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ
КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ
имени Ж. АБДРАХМАНОВА**

На правах рукописи

УДК 336.71.(575.2) (043.3)

Алымбаева Жылдыз Карабековна



**Особенности маркетинговой политики коммерческих банков Кыргызской
Республики в условиях создания общего финансового рынка стран
Евразийского экономического союза**

08.00.10 – финансы, денежное обращение и кредит

Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук

Научный руководитель:

д.э.н., профессор

Турсунова Салтанат Аскарровна

Бишкек – 2024

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	2
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ БАНКОВСКОГО МАРКЕТИНГА В УСЛОВИЯХ ИНТЕГРАЦИОННОГО ФИНАНСОВОГО РЫНКА ЕАЭС	9
1.1. Формирование общего финансового рынка –приоритетное направление углубления интеграции в ЕАЭС.....	9
1.2. Развитие цифровой банковской экосистемы как основа банковского маркетинга	24
1.3. Методические подходы к формированию банковской маркетинговой политики в условиях цифровых банковских экосистем.....	37
ГЛАВА 2. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ БАНКОВСКОГО МАРКЕТИНГА В ЦИФРОВОЙ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЕ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ	50
2.1. Анализ современного состояния банковской системы.....	50
2.2. Анализ тенденций развития банковской экосистемы стран ЕАЭС.....	64
2.3 Анализ состояния банковского маркетинга в цифровой банковской экосистеме в КР	93
ГЛАВА 3. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ БАНКОВСКОЙ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ В РАМКАХ ЕАЭС	118
3.1. Развитие банками собственной экосистемы	118
3.2. Совершенствование системы управления маркетинговой деятельностью банков КР.....	126
3.3. Общая цифровая платформа банковской системы стран ЕАЭС	150
ВЫВОДЫ	159
ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ	161
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	162

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы диссертации. На первых стадиях становления рыночной кредитно-финансовой системы в Кыргызской Республике, когда спрос на услуги кредитных учреждений существенно превышал предложение, у банков не было необходимости овладевать приемами маркетинговой политики. Сегодня ситуация на рынке Кыргызстана качественно меняется. Рынок банковских услуг изменил свою стратегию: на нем теперь «господствует» не продавец, а покупатель. Причин тому несколько: стремительно меняются клиенты банков, и вместе с развитием их потенциала растут потребности, в том числе в качественно новых банковских продуктах и услугах. С другой стороны, банковский сектор в течение ряда лет оставался самым доходным, породив тем самым высококонкурентную среду. Кроме того, банковская система как наиболее развитая экономическая структура Кыргызской Республики принимает непосредственное участие в расширении интеграционных процессов в рамках Евразийского экономического союза (далее ЕАЭС, союз) и влияет на состояние экономики государства. Неотъемлемой частью евразийской интеграции является общий финансовый рынок, признанный важнейшим условием обеспечения основных целей ЕАЭС. В Концепции формирования общего финансового рынка ЕАЭС утвержденной решением Высшего Евразийского экономического совета от 1 октября 2019 года № 20, определены цели его формирования: повышение уровня доступности, качества банковских услуг для компаний и граждан государств-членов ЕАЭС, а также обеспечение роста и повышения эффективности финансового сектора государств – членов ЕАЭС и развитие конкуренции на этом рынке. Для достижения этих целей прежде всего, необходима трансформация банковского маркетинга, учитывающая интеграционный потенциал ЕАЭС и конкурентные преимущества банков государств-членов Союза.

Банковской системе Кыргызстана необходим эффективный опыт банковских систем стран-участниц ЕАЭС в техническом, инновационном плане,

вместе с тем проводимые реформы в экономике, диктуют необходимость внедрения цифровых механизмов, обеспечивающих прозрачность предпринимательской деятельности. Кроме этого, небанковские организации оказывают сильное влияние на банковскую систему в части предоставления услуг на инновационной цифровой основе и это подстегивает конкуренцию для сохранения своей деятельности или максимизации прибыли. Увеличение количества цифровых услуг приводит к расширению новых инструментов маркетинга, отвечающих технологическому уровню. Новые банковские продукты предъявляют требования к усилению безопасности хранения и обработки цифровых данных, а также к формированию больших баз данных для последующей реализации маркетинговых сценариев.

Совершенно очевидно, что в таких условиях важнейшим направлением деятельности банков в активизации внутренних источников финансирования становится маркетинг.

Следует отметить, что применение маркетинга в банке имеет специфические аспекты, связанные с тем, что банки оказывают услуги, а не производят товары; финансовые интересы банков и его клиентов, как правило, инерционны и четко не определены. Банковские услуги отличаются такими особенностями, как абстрактность, протяженность во времени, договорный характер сделок с деньгами. Банковские услуги не существуют до их предоставления, а поэтому характеризуются неопределенностью.

Банковский маркетинг как элемент системы эффективного управления банком создает основу для повышения его конкурентоспособности на финансовом рынке.

Таким образом, высокая значимость, а также недостаточная разработанность отдельных теоретических и практических аспектов проблемы банковской маркетинговой политики в условиях интеграции в рамках ЕАЭС предопределили актуальность темы, цель и задачи диссертационного исследования.

При подготовке данного диссертационного исследования автором использован широкий перечень научных трудов как зарубежных, так и отечественных ученых. Среди практических разработок можно выделить труды С. А. Турсуновой (2023), Т. Ю. Джолдошевой (2012), С. Дж. Чолбаевой (2014, 2021), Б. Т. Токсобаева (2023), М. Б. Абакирова (2019), Бакас уулу Б.(2019), С. М. Абакирова, Б. Б. Осмоновой (2020), А. К. Аскаровой (2012), А. И. Абдиевой (2018) и других исследователей проблемы.

Общетеоретические аспекты формирования банковского маркетинга рассматривались в научных трудах зарубежных ученых И. Г. Альтшулера (2006), Ф. Котлера, К. Л. Келлера (2021), Е. Г. Шатковской (2012), Ю. Б. Бубновой (2019), Т. Л. Коротковой (2024).

Все вышеизложенное определяет актуальность темы исследования, теоретическая и практическая значимость которой возрастает вследствие того, что особенности маркетинговой политики коммерческих банков Кыргызской Республики в условиях создания единого финансового рынка стран ЕАЭС в комплексе еще не изучены.

Связь темы диссертации с приоритетными научными направлениями, крупными научными программами основными научно-исследовательскими работами, проводимыми научными учреждениями. Тема диссертации связана с Национальной стратегией развития Кыргызской Республики на 2018-2040 годы; Стратегическими направлениями деятельности Национального банка Кыргызской Республики на 2022-2025 годы; Национальной программой развития Кыргызской Республики до 2026 года утверждённой указом президента Кыргызской Республики от 12 октября 2021 года № 435, основными направлениями развития банковской системы на 2022-2025годы, Государственной программой по увеличению доли безналичных платежей и расчетов в Кыргызской Республике.

Цель и задачи исследования. Цель состоит в разработке новых теоретико-методологических обоснований по неисследованным и/или исследованным, но требующим новых подходов направлениям маркетинговой

политики коммерческих банков КР, которые бы адекватно отражали изменившиеся условия функционирования их на фоне создания общего финансового рынка ЕАЭС.

В соответствии с поставленной целью определены следующие **задачи** исследования:

1. исследовать развитие теории и методологии формирования маркетинговой политики банков в условиях создания общего финансового рынка стран ЕАЭС и определить в нем место коммерческих банков КР;
2. опираясь на результаты исследования, формирующегося в странах членах ЕАЭС современного понятийного аппарата, сформулировать авторское определение предмета, метода маркетинговой политики коммерческих банков и степени их применимости относительно финансового рынка;
3. раскрыть целевую направленность и содержание общего финансового рынка ЕАЭС, определить его место в общей системе экономических наук, как необходимого условия евразийской интеграции;
4. раскрыть влияние процесса интеграции банковской системы КР в соответствии с условиями создания общего финансового рынка стран ЕАЭС на информационную базу формирования механизмов и инструментов маркетинговой политики коммерческих банков и на этой основе сформулировать предложения по уточнению содержания отдельных нормативно-правовых документов, имеющих отношение к вопросам регулирования общего финансового рынка;
5. провести комплексный анализ эффективности использования инструментов маркетинговой политики, обосновать необходимость комплексного подхода к определению набора инструментов, способствующих достижению целей маркетинговой политики КБ, адекватным современным и перспективным условиям развития экономики;
6. изучить опыт стран ЕАЭС в использовании цифровых маркетинговых инструментов и финансовых технологий в банковской системе и возможности их адаптации в Кыргызской Республике;

7. обосновать перспективы формирования банковской маркетинговой политики в КР в условиях интеграционного финансового рынка ЕАЭС и определить направления дальнейшего совершенствования системы управления банковским маркетингом.

Научная новизна работы состоит в обосновании научно-теоретических положений формирования банковской маркетинговой политики в условиях создаваемого интегрированного финансового рынка ЕАЭС.

В процессе исследования получены следующие новые научные результаты:

- исследованы и обобщены теоретические взгляды на экономическое содержание маркетинговой политики и ее механизмов в условиях создания общего финансового рынка стран ЕАЭС;
- дано авторское уточнение и дополнение понятийного аппарата «банковская маркетинговая политика» как инструмента углубления интеграции банковских систем на общем финансовом рынке ЕАЭС;
- на основе исследования и обобщения банковских маркетинговых концепций, условий общего финансового рынка, сопряженных с цифровой экономикой, разработана и предложена модель цифрового маркетинга в качестве перспективной, и обоснованы принципы организации маркетинговой деятельности в банке;
- обоснованы различия в методологических подходах к формированию банковской маркетинговой политики в условиях цифровых банковских экосистем;
- обоснованы предложения по совершенствованию системы управления маркетинговой деятельностью в условиях цифровой банковской экосистемы Кыргызской Республики;
- рекомендованы перспективные направления развития банковской маркетинговой политики в рамках ЕАЭС;
- рекомендованы предложения по внедрению современных форм продвижения банковских продуктов и услуг на основе цифровизации банковской системы в рамках интеграции стран ЕАЭС.

Практическая значимость полученных результатов определяется конкретным характером рекомендаций и возможностями их применения в ходе разработки и реализации коммерческими банками мероприятий по расширению финансовых технологий, безналичных расчетов, маркетинговых инструментов, что подтверждается актами о внедрении полученных результатов в практической деятельности ЗАО «Банк Азии».

Экономическая значимость полученных результатов. Разработанные в диссертации методические подходы к формированию банковской маркетинговой политики, механизмы ее реализации позволяют повысить эффективность управленческих решений, развить современные каналы для продвижения банковских продуктов в условиях общего финансового рынка, что положительно повлияет на финансовое состояние коммерческих банков.

Основные положения диссертации, выносимые на защиту:

- на основе исследования обоснована, обобщена и определена современная теория маркетинговой политики коммерческих банков, основанная на новых подходах использования ее механизмов по созданию общего финансового рынка стран ЕАЭС;
- обосновано и сформулировано авторское понимание понятия «банковский маркетинг»;
- определены основные элементы маркетинговой политики, влияющие на создание и применение модели цифрового маркетинга, адаптированной к условиям общего финансового рынка ЕАЭС;
- результаты комплексного анализа современного состояния банковской системы Кыргызской Республики по скорректированной системе показателей, которая позволяет дать более полную оценку евразийской интеграции для нашей республики;
- выявлены закономерности и особенности маркетинговой политики коммерческих банков в условиях цифровизации экономики Кыргызской Республики: низкий уровень осведомленности о новых технологиях банковских продуктов и услуг среди общего населения. Исследование подтвердило

потребность в изменении существующих инструментов маркетинговой политики коммерческих банков для повышения эффективности их деятельности.

– предложена модель программного обеспечения «CRM» повышения конкурентоспособности и расширения клиентской базы коммерческих банков в контексте эффективности маркетинговой политики в условиях создания общего финансового рынка ЕАЭС.

Личный вклад соискателя. В результате проведенного исследования автором обобщены и систематизированы теоретические и методологические подходы к определению банковской маркетинговой политики. При этом автором обоснована необходимость цифровой трансформации банковского маркетинга в условиях общего финансового рынка ЕАЭС на основе совершенствования основных направлений развития банковской маркетинговой политики.

Апробация результатов исследования. Основные положения диссертации были представлены, обсуждены и одобрены на международных, республиканских и региональных научных конференциях, симпозиумах, форумах и семинарах.

Полнота отражения результатов диссертации в публикациях. По основным положениям диссертационной работы опубликовано 15 научных работ общим объемом 6,2 печатных листов, в том числе 1-статья в Scopus, 6 – в журналах РИНЦ РФ, 8 – в журналах РИНЦ КР.

Структура и объем диссертации. Диссертационная работа состоит из введения, трех глав, выводов и предложений, списка использованных источников и двух приложений. Объем работы составляет 167 страниц, в том числе 16 таблиц и 27 рисунков.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ БАНКОВСКОГО МАРКЕТИНГА В УСЛОВИЯХ ИНТЕГРАЦИОННОГО ФИНАНСОВОГО РЫНКА ЕАЭС

1.1. Формирование общего финансового рынка – приоритетное направление углубления интеграции в ЕАЭС

Формирование общего финансового рынка в рамках Евразийского экономического союза (ЕАЭС) представляет собой важный этап в углублении экономической интеграции государств-членов. Создание единого финансового пространства способствует повышению инвестиционной привлекательности региона, улучшению условий для свободного движения капитала и снижению транзакционных издержек. Общий финансовый рынок позволит гармонизировать финансовое законодательство, что в свою очередь будет способствовать более тесному сотрудничеству между национальными регулирующими органами и финансовыми институтами.

Важным аспектом является также внедрение цифровых технологий, которые способны ускорить процессы интеграции, обеспечить прозрачность и доступность финансовых услуг. В условиях глобальных экономических вызовов и нестабильности, интеграция в рамках ЕАЭС и формирование общего финансового рынка являются стратегически важными для обеспечения устойчивости и конкурентоспособности экономик стран-участниц. Таким образом, данное направление требует пристального внимания со стороны государственных органов, бизнес-сообществ и научных учреждений для создания эффективной и инклюзивной финансовой экосистемы.

Исследованию развития интеграционных процессов в Евразийском экономическом союзе посвящены труды российских профессоров: А. А. Бадаян, Д. А. Белащенко, М. Л. Варгановой, Т. С. Вертинской, Н. С. Вороновой, С. М. Гуриева, М. С. Елизаркиной, В. П. Зиновьева, В. В. Карпова, Е. Непринцева. Рассмотрение перспектив формирования общего финансового рынка ЕАЭС

отражено в работах Н. С. Вороновой, Л. Г. Истомина, С. П. Калмыкова, К. А. Ларионовой, Н. А. Львовой, А. А. Макарова, Г. Н. Москалевича, С. Р. Платонова, Т. Ф. Пархоменко, Р. Н. Сафиуллиной, В. В. Толкачева.

Проведено достаточно большое количество научных исследований кыргызскими учёными в сфере развития интеграционных процессов, в числе которых: А. А. Мигранян, М. Т. Макеева, А. А. Саякбаева, А. А. Шербекова А. И. Абдиева, Т. Ю. Джолдошева, С. Дж. Чолбаева и др.

Однако несмотря на значительный объем исследований, посвященных изучению роли финансовых рынков ЕАЭС, потенциальным результатам экономической интеграции стран-участниц Союза, все еще существуют определенные проблемы в рассмотрении конкретных механизмов и движущих сил, способствующих продвижению формирования единого сектора финансовых рынков в Евразийском регионе, а также его влиянию на торговлю, инвестиции и другие значимые аспекты стран Союза.

На уровне ЕАЭС закреплено несколько определений общего финансового рынка. Во-первых, в Договоре о ЕАЭС дается определение общему финансовому рынку в п. 3 Протокола по финансовым услугам (Приложение № 17 к Договору о ЕАЭС), согласно положениям которого под ним понимается финансовый рынок государств-членов, который соответствует ряду критериев, связанных с тождественностью требований к регулированию и надзору; взаимным признанием определенных разрешительных документов; взаимодействием между соответствующими органами стран — участниц интеграции [6].

Во-вторых, определение общему финансовому рынку в рамках ЕАЭС дано в Концепции формирования общего финансового рынка Евразийского экономического союза (далее — Концепция ОФР) [6], в которой под таким рынком понимается финансовый рынок государств — членов ЕАЭС, дающий возможность упрощенного и недискриминационного доступа субъектов финансового рынка на рынки друг друга.

Отметим, что в Концепции ОФР в структуру такого рынка включены банковский сектор, сектор рынка ценных бумаг и страховой сектор каждого

государства-члена, а также совокупность отношений, регулирующих взаимодействие между секторами финансового рынка.

Согласно положениям Договора о ЕАЭС к финансовым рынкам, помимо выделенных выше сегментов, отнесен и валютный рынок (пп. 11 п. 3 Приложения № 3 к Договору о ЕАЭС). В документах предыдущего периода в содержание финансовых услуг или услуг финансового характера, помимо выделенных в Концепции ОФР трех секторов, также был отнесен и сектор услуг на валютном рынке [6]. Это свидетельствует о несколько усеченном понимании структуры общего финансового рынка в Концепции ОФР. При этом ученые при исследовании рассматриваемых аспектов оперируют понятиями не только финансовой интеграции в рамках ЕАЭС [46], но и «евразийской валютно-финансовой интеграции» [47], что обоснованно свидетельствует о неразрывной связи валютных и обще финансовых механизмов экономической интеграции. Безусловно, процессы формирования и развития общего финансового рынка обусловлены не только интеграционной, но и цифровой повесткой современного экономического развития. В связи с этим можно выделить несколько ключевых аспектов развития подобного рынка в рамках евразийской интеграции.

- Во- первых, это аспект стимулирования развития финансовых технологий и инновационной деятельности на финансовых рынках;
- Во- вторых, это аспект расширения спектра и доступности финансовых услуг для граждан и организаций;
- В- третьих, это аспект обеспечения защиты прав потребителей финансовых услуг и инвесторов;
- В- четвертых, это аспект безопасности финансовых услуг для потребителей финансовых услуг и иных участников финансовых отношений;
- В- пятых, это аспект обеспечения прозрачности происхождения и оборота капитала финансовых организаций на единой экономической территории ЕАЭС;
- В- шестых, это аспект равных финансовых возможностей для граждан и хозяйствующих субъектов государств — членов ЕАЭС, в том числе равного доступа к финансовым продуктам, в большинстве своем цифровым.

Учет выделенных аспектов позволит обеспечить минимизацию рисков в финансовой сфере в рамках интеграции, финансовую стабильность государств — участников интеграции, а также всего евразийского финансового рынка в целом [32]. Таким образом, процессы формирования общего финансового рынка в рамках евразийской интеграции обеспечены регламентацией на уровне базовых международных договоров ЕАЭС. В рамках Концепции ОФР такой рынок позиционируется в качестве финансового рынка государств — членов ЕАЭС, основанного на максимально свободном и равном доступе субъектов финансового рынка на рынки друг друга.

Сфера финансового рынка является одним из немногих направлений экономической интеграции в ЕАЭС, относительно которого непосредственно в Договоре о ЕАЭС установлен порядок и сроки перехода к осуществлению согласованной политики. К 2025 г государства должны осуществить гармонизацию национального законодательства в сфере финансового рынка в соответствии с Договором о ЕАЭС (ст.103) и Протоколом по финансовым услугам (Приложение № 17 к Договору о ЕАЭС).

В развитие положений Договора Высший совет ЕАЭС утвердил в 2019 г. Концепцию формирования общего финансового рынка ЕАЭС (далее — Концепция). Общий финансовый рынок должен объединить три сектора: банковский, страховой и рынок ценных бумаг, и предполагает трехуровневую систему правового регулирования:

- 1) международные договоры государств – членов ЕАЭС, которые определяют обязательства, принимаемые на себя государствами в целях формирования общего финансового рынка;
- 2) национальные законодательные акты, которые должны содержать гармонизированные требования к регулированию и надзору на финансовом рынке;
- 3) акты органов регулирования, которые также можно будет подразделить на акты органов общей компетенции (акты органов ЕАЭС, принимаемые в пределах компетенции, установленной международными договорами) и акты органов

специальной компетенции (акты национальных регуляторов и акты наднационального регулятора, образование которого также предполагается Концепцией).

Как уже отмечалось нами выше, Концепция ОФР касается усеченной структуры ОФР, включающей только три сегмента, развитие которых планируется осуществлять в течение двух этапов, промежуточной вехой между ними будет 2025 г. Представляется, что в настоящий период государства — участники интеграции осуществляют согласованное (не единое и не унифицированное) регулирование финансовых рынков. Цели и принципы такого регулирования можно условно разделить на два блока: связанные с регуляторами (национального и наднационального уровня) и связанные с потребителями финансовых услуг. К первой группе следует отнести вектор развития экономической интеграции государств-членов с целью создания в рамках ЕАЭС общего финансового рынка и др. Вторая группа включает в себя цели обеспечения гарантированной и эффективной защиты прав и законных интересов потребителей финансовых услуг; принципы доступности таких услуг и равенства доступа к ним, открытости деятельности участников финансового рынка.

Для достижения выделенных целей участники евразийской интеграции максимально сближают требования в сфере финансового рынка.

Гармонизация требований, которая понимается в контексте сближения нормативной базы государств-членов, направленного на установление сходного (сопоставимого) нормативного правового регулирования, применительно к осуществлению деятельности на финансовых рынках государств-членов должна осуществляться при условии, что сохраняющиеся различия не мешают эффективному функционированию общего финансового рынка (п. 33 Протокола № 17 к Договору о ЕАЭС). Гармонизированные требования разрабатываются с учетом различных оснований: международные стандарты в соответствующей сфере, эффективные международные практики, лучшие практики в рамках ЕАЭС.

Структура общего финансового рынка включает в себя рынок банковских услуг как важнейшую составляющую. Ученые, в связи с этим обоснованно признают, что среди сегментов финансовой интеграции важное значение сегодня имеет интеграция банковских систем [6]. При этом в настоящий период тренд глобальной интеграции сменился региональными или макроэкономическими приоритетами в сфере банковских услуг.

Сравнительно менее исследованными представляются, на наш взгляд, вопросы формирования общего бюджетного пространства ЕАЭС. Д. В. Винницкий справедливо обращает внимание на тот факт, что бюджетное право традиционно признавалось и признается до сих пор относительно «защищенным» от воздействия международных правовых механизмов [42, с. 5-

Несмотря на упомянутые выше три сектора общего финансового рынка, закрепленные в Концепции ОФР, вопросы валютного и налогового регулирования закономерно выступают составляющей общего финансового рынка. Представляется, что эти сегменты в отличие от банковского сектора, секторов страховых услуг и рынка ценных бумаг слабо ассоциируются с финансовыми услугами в традиционном их понимании. При этом валютные и налоговые статусы выступают элементами общего финансового статуса субъектов рынка ЕАЭС. Так, применительно к налоговому регулированию вопросы косвенного трансграничного налогообложения признаются частью универсальной проблемы функционирования интеграционного образования, при этом они воздействуют на хозяйственную практику, уровень защищенности прав налогоплательщиков [3, с. 92–93].

Что касается валютного рынка (foreign exchange), считающегося крупнейшим и старейшим финансовым рынком в мире, то на нем стало особенно заметным влияние электронной торговли. В результате чего валютный рынок, по оценке специалистов, стал более централизованным и концентрированным [35].

Применительно к ЕАЭС ученые подчеркивают необходимость создания экономического валютного союза и функционирования в его рамках наднационального центрального банка [74].

Таким образом, в структуру общего финансового рынка государств — членов ЕАЭС, помимо секторов, закрепленных в Концепции ОФР, следует включить аспекты общего бюджетного, налогового, валютного регулирования. Однако данные сегменты не связаны напрямую с финансовыми услугами и развиваются не всегда синхронно, они представляют собой неотъемлемые составляющие общего финансового рынка в рамках евразийской интеграции.

Одним из важнейших приоритетов интеграционного взаимодействия государств-членов ЕАЭС является формирование общего финансового рынка. Решение этой задачи позволит обеспечить эффективное распределение капитала, диверсифицировать и минимизировать риски, повысить конкуренцию на рынке финансовых услуг и снять ограничительные барьеры по взаимному допуску.

Общий объем финансового рынка в странах ЕАЭС с учетом банковской системы и фондового рынка составляет около 3 трлн долл. США. Кроме того, следует учитывать тот факт, что более 40 стран мира выразили заинтересованность в создании зон свободной торговли с Евразийским экономическим союзом.

В соответствии с Договором о ЕАЭС государства-члены в целях развития сотрудничества в валютно-финансовой сфере, обеспечения свободного движения капитала во внешнеторговых и инвестиционных операциях, обеспечения взаимной конвертируемости национальных валют проводят согласованную валютную политику. На повестке дня перед странами-участницами ЕАЭС стоят вопросы координации курсовой политики. В условиях отсутствия таможенно-тарифных и нетарифных барьеров и функционирования единой таможенной территории в ЕАЭС согласование курсовой политики имеет большое значение для обеспечения конкурентоспособности товаров, работ и услуг на общем рынке ЕАЭС (рисунок 1.1).

Для координации в сфере бюджетной политики практическое значение имеет проведение мониторинга действующего порядка зачисления и распределения сумм ввозных таможенных пошлин, контроль их перечисления в доход бюджетов, а также мониторинг количественных значений макроэкономических показателей: годового дефицита консолидированного бюджета, долга сектора государственного управления и уровня инфляции, определяющих устойчивость экономического развития.

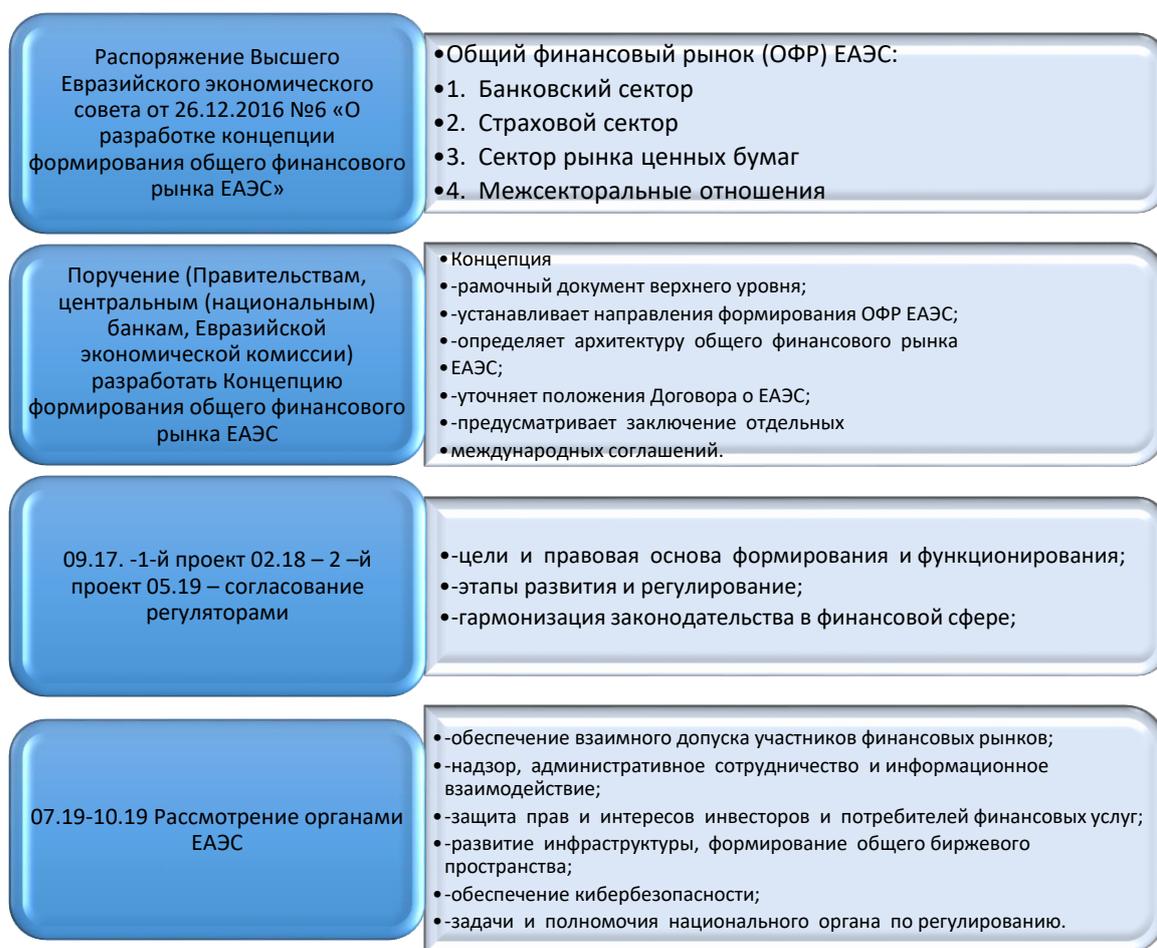


Рисунок 1.1. История формирования общего финансового рынка

Источник: составлено автором

В рамках Договора о ЕАЭС государства принимают на себя обязательства по применению таких условий налогообложения по всем видам налогов, сборов и платежей при взаимной торговле, при которых ни в одном из государств-членов не могут существовать условия налогообложения в отношении товаров,

ввозимых и реализуемых из других стран ЕАЭС, менее благоприятные, чем условия налогообложения по отношению к аналогичным товарам, происходящим с собственной территории [Договор о ЕАЭС, ред. от 24.03.2022].

Сближение действующих ставок и координация действий по акцизам играют значительную роль в создании равных конкурентных условий в рамках единого рынка для товаропроизводителей государств ЕАЭС.

Первоначально страны ЕАЭС определяют, какие нормативные, правовые акты подлежат сближению, а также последовательность и вырабатывают меры, необходимые для гармонизации законодательства в финансовой сфере. Процесс сближения норм национальных законодательств должен завершиться к 2025 году.

Построение общего финансового рынка ЕАЭС будет осуществляться в два этапа. На первом этапе, до 2025 года, странам Союза необходимо провести работу по гармонизации финансового законодательства, выработать подходы к организации административного сотрудничества регуляторов финансовых рынков и в результате обеспечить взаимный допуск поставщиков финансовых услуг стран Союза на рынки друг друга. Также государствами-членами будут определены согласованные подходы к взаимному признанию лицензий для учреждения юридического лица в банковском и страховом секторах и к трансграничной поставке финансовых услуг на рынке ценных бумаг.

На втором этапе, после 2025 года, ожидается продолжение деятельности по гармонизации финансового законодательства и определению согласованных подходов к осуществлению деятельности по предоставлению финансовых услуг без дополнительного учреждения (лицензирования) в качестве юридического лица.

Также хотелось бы отметить, что в формировании общего финансового рынка в рамках ЕАЭС имеют место проблемы. При этом в одних случаях ученые выделяют отдельные проблемы в определенных секторах, в других — в целом констатируют неразвитость формирующегося общего финансового рынка. Так, к примеру, специалисты, исследующие отдельные аспекты финансовых услуг в рамках ЕАЭС, в частности краудфандинг как форму альтернативного

финансирования, констатируют нестабильность и несовершенство финансового рынка стран ЕАЭС, по сути, отсутствие общего финансового рынка [46].

Достаточно распространена позиция, согласно которой финансовые рынки существенно изменили свой облик с развитием электронной торговли. В результате торговые издержки, как прямые, так и косвенные, снизились, в то время как объемы, точность и скорость исполнения финансовых операций резко возросли [75].

Выделим несколько проблем формирования общего финансового рынка и предложим способы их решения.

В качестве первой проблемы отметим разный уровень развития в государствах — членах ЕАЭС, т. е. различия в уровнях развития национальных экономик и финансовых рынков [79]. В отдельных случаях ученые обращают внимание на различия применительно к определенному сектору, например, различные механизмы регулирования кредитования [36]. В качестве путей решения предлагается поэтапное разноскоростное развитие отдельных сегментов финансовых рынков государств — членов ЕАЭС [32]. Что касается проблемы регулирования кредитования, то здесь ученые предлагают принять соглашение о кредитном договоре и принципах потребительского кредитования в ЕАЭС [36].

В качестве другой проблемы ученые называют определенное отставание развития сектора ценных бумаг и фондовых рынков [32]. Низкий инвестиционный потенциал выступает общей проблемой финансовых рынков государств — членов ЕАЭС. Решением ее может стать стимулирование практики новых форм инвестирования (краудфандинг, венчурное инвестирование).

Для повышения привлекательности и эффективного развития общего финансового рынка в рамках ЕАЭС ученые предлагают различные инструменты.

Во-первых, часть из них связана с использованием модельного законодательства (Soft Law), т. е. рекомендательных норм права [32].

Во-вторых, в отдельных случаях для развития банковского сектора в кредитовании потребностей в финансовых ресурсах стран ЕАЭС ученые

предлагают ввести механизм стандартизированной лицензии для банков стран ЕАЭС уже сейчас [32].

В-третьих, часть предложений по оптимизации общего финансового рынка связана с перспективой рубля стать в рамках ЕАЭС региональной и резервной валютой [47].

В-четвертых, ученые также предлагают задействовать институциональные факторы в стимулировании формирования единого финансового рынка, в частности, организацию наднационального механизма финансового контроля. Будет ли это новый наднациональный контрольный орган типа Счетной палаты ЕАЭС [47] или что-то еще, трудно сказать. Верность подобных научных прогнозов определит время.

Отметим, что часть инструментов финансового контроля в рамках ЕАЭС достаточно гармонизирована. Речь идет о финансовой составляющей таможенного контроля, которая включает в себя контроль в сфере таможенно-тарифного регулирования, а также контроль происхождения доходов, оборота денежных средств в рамках борьбы с легализацией доходов, полученных преступным путем, и финансированием терроризма. Эта часть контроля имеет финансовую природу и обусловлена трансграничным аспектом перемещения финансовых средств.

Но если выделенные аспекты финансового контроля относятся к наиболее и ранее всего унифицированным (Таможенный союз на постсоветском пространстве начинает функционировать с лета 2010 г.), то аспекты налогового, бюджетного контроля, банковского и страхового надзора «подводятся» под общий знаменатель гораздо сложнее, длительнее, с учетом существенной обособленности и самостоятельности соответствующих отраслей национального законодательства стран — участниц интеграционного процесса.

К 2025 году страны Евразийского экономического союза намерены создать общий финансовый рынок. Основная его идея состоит в том, чтобы сформировать единые требования к регулированию. Это обеспечит взаимное признание лицензий в банковском, страховом секторах и на рынке ценных бумаг.

Актуальной задачей видится и последовательное снижение экономических рисков, которые создаёт для взаимной торговли использование иностранных валют и платежных систем. Гармонизация финансовых рынков должна создать благоприятные условия для того, чтобы капитал стран-членов оставался внутри объединения и инвестировался в национальные экономики. Целесообразно изучить возможность образования Евразийского рейтингового агентства, которое обеспечивало бы оценочный инструментарий для обслуживания растущей экономической активности на территории макрорегиона Союза.

Страны-члены ЕАЭС создали различные механизмы сотрудничества для содействия сотрудничеству в финансовом секторе (рисунок 1.2). Евразийский экономический союз (ЕАЭС) способствует сотрудничеству в финансовом секторе посредством таких механизмов, как создание общих финансовых рынков, скоординированной денежно-кредитной политики и создание общей системы финансового регулирования для облегчения трансграничной финансовой деятельности между государствами-членами.



Евразийский банк развития (ЕАБР):	<ul style="list-style-type: none"> • Банк обеспечивает финансирование инфраструктурных проектов и поддерживает развитие малых и средних предприятий.
Евразийский фонд стабилизации и развития (ЕФСР):	<ul style="list-style-type: none"> • Фонд предоставляет займы государствам-членам для поддержки экономических реформ и стабилизации финансовых систем.
Совет по интеграции финансового рынка (ФМИС):	<ul style="list-style-type: none"> • Совет объединяет финансовых регуляторов из каждого государства-члена для обсуждения общих проблем и содействия трансграничному сотрудничеству.
Платежная система ЕАЭС:	<ul style="list-style-type: none"> • Платежная система управляется Центральным банком России и доступна во всех государствах-членах ЕАЭС.
Фондовая биржа ЕАЭС:	<ul style="list-style-type: none"> • Фондовая биржа со штаб-квартирой в Москве предоставляет компаниям стран ЕАЭС платформу для листинга своих акций и торговли ими.

Рисунок 1.2. Основные механизмы сотрудничества.

Источник: составлено автором

В целом, эти механизмы сотрудничества направлены на содействие экономической интеграции и развитию в регионе ЕАЭС, в том числе в финансовом секторе. Несмотря на достигнутый прогресс в развитии сотрудничества, необходимы «дальнейшие усилия для решения общих проблем, стоящих перед финансовыми секторами государств-членов ЕАЭС, и обеспечения устойчивого развития финансового сектора в регионе» [83]. Расширение сотрудничества между странами-членами ЕАЭС в финансовом секторе может принести как преимущества, так и недостатки.

Сотрудничество в финансовом секторе между странами-членами Евразийского экономического союза (ЕАЭС) может привести к повышению стабильности, улучшению доступа к финансовым услугам, расширению инвестиционных возможностей и улучшению управления рисками. Это также позволяет обмениваться передовым опытом, знаниями и технологиями, способствуя экономическому росту и устойчивости в регионе.

Несмотря на потенциальные выгоды от сотрудничества в финансовом секторе между странами-членами ЕАЭС, существует ряд политических и экономических барьеров, которые могут препятствовать прогрессу в этой области. Политическая напряженность и конфликты между странами-членами ЕАЭС могут подорвать усилия по сотрудничеству в финансовом секторе. Например, споры по поводу территориальных границ или политических идеологий могут затруднить достижение соглашения по вопросам, связанным с финансовым регулированием или трансграничной инфраструктурой. Страны-члены ЕАЭС имеют разный уровень экономического развития и изоэкономности финансового сектора. Это может затруднить установление общих стандартов финансового регулирования или координацию развития трансграничной инфраструктуры.

Протекционистская политика, такая как контроль за движением капитала или ограничения на иностранные инвестиции, может ограничить трансграничное кредитование и инвестиции в регионе. Это может замедлить

развитие более интегрированного финансового рынка и привлечение иностранных инвестиций.

Отсутствие доверия и прозрачности между странами-членами ЕАЭС может помешать сотрудничеству в финансовом секторе. Например, «опасения по поводу коррупции или отсутствия прозрачности в финансовых операциях могут затруднить создание общей нормативно-правовой базы или сотрудничество в области развития трансграничной инфраструктуры» [75].

Для преодоления политических и экономических барьеров на пути сотрудничества в финансовом секторе между странами-членами ЕАЭС можно рассмотреть несколько решений:

- дипломатические усилия по преодолению политической напряженности и конфликтов между странами-членами ЕАЭС могут помочь создать среду, благоприятствующую сотрудничеству в финансовом секторе. Это могло бы включать посредничество нейтральной третьей стороны или создание совместной целевой группы для решения спорных вопросов;
- инициативы по наращиванию потенциала могут помочь преодолеть разрыв в экономическом развитии и сложности финансового сектора между странами-членами ЕАЭС. Это могло бы включать учебные программы, техническую помощь и обмен знаниями между странами-членами;
- либерализация политики, такая как отмена контроля за движением капитала и ограничений на иностранные инвестиции, может помочь создать более открытый и интегрированный финансовый рынок в регионе. Это может помочь привлечь иностранные инвестиции и усилить конкуренцию, что может привести к улучшению результатов в финансовом секторе;
- меры по повышению прозрачности и укреплению доверия могут помочь устранить опасения по поводу коррупции и отсутствия прозрачности в финансовых операциях. Это могло бы включать создание региональной целевой группы по борьбе с коррупцией, внедрение передовой международной практики в области финансового регулирования и отчетности, а также содействие повышению подотчетности и прозрачности финансовых операций.

В целом, решения по преодолению политических и экономических барьеров для сотрудничества в финансовом секторе между странами-членами ЕАЭС потребуют скоординированных усилий всех государств-членов. Важно будет создать эффективные каналы коммуникации, способствовать доверию и прозрачности, а также укреплять общую приверженность достижению общих целей.

Считаем необходимым отметить, что исследование, посвященное перспективам сотрудничества между странами ЕАЭС в финансовом секторе, выявило несколько ключевых выводов.

– Во-первых, финансовый сектор в ЕАЭС сталкивается с общими проблемами, такими как слаборазвитая финансовая инфраструктура, отсутствие координации в регулировании и ограниченные трансграничные инвестиционные потоки.

– Во-вторых, расширение сотрудничества в финансовом секторе может принести значительные выгоды, такие как улучшение доступа к финансированию, повышение финансовой стабильности и усиление экономической интеграции.

– В-третьих, политические и экономические барьеры, такие как различия в национальных интересах, разный уровень экономического развития и геополитическая напряженность, создают значительные проблемы для сотрудничества. Для преодоления этих барьеров в исследовании рекомендуется несколько вариантов политики, включая гармонизацию финансовых правил, развитие трансграничной финансовой инфраструктуры, содействие финансовому образованию и расширение сотрудничества между финансовыми регуляторами.

Исследование также предполагает, что директивным органам в ЕАЭС следует извлечь уроки из успешных примеров сотрудничества в финансовом секторе в других региональных организациях, таких как ЕС и АСЕАН, и адаптировать свой подход к конкретным потребностям и характеристикам ЕАЭС.

Таким образом, общий финансовый рынок ЕАЭС, в случае его успешного формирования согласно поставленным целям, выведет евразийскую интеграцию на новый уровень, приблизив формирование экономического и валютного союза.

Сегодня, в том числе, с опорой на опыт ЕС, разработаны необходимые концептуальные и нормативно-правовые основы сближения законодательства государств-членов ЕАЭС в области банковского и страхового регулирования, а также регулирования на рынке ценных бумаг. К 2025 г. В должной мере должны быть запущены и организационные основы в виде наднационального органа с регулирующими и надзорными функциями. Общий финансовый рынок ЕАЭС, таким образом, может быть определен как общий для государств-членов интеграционного объединения рынок банковских и страховых услуг, а также услуг в секторе ценных бумаг, отношения на котором регулируются гармонизированными или унифицированными нормами под контролем наднационального регулирующего и надзорного органа. В его построении на пространстве ЕАЭС были выделены следующие риски и потенциальные проблемы: риски «разноскоростной интеграции» ввиду разницы между уровнем развития банковского и страхового рынка, а также рынка ценных бумаг в разных государствах-членах ЕАЭС; повышенные валютные риски ввиду отсутствия единой расчетной единицы; отсутствие согласованности монетарной политики национальных центральных банков; медленные темпы реализации согласованных мероприятий.

1.2. Развитие цифровой банковской экосистемы как основа банковского маркетинга

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.

Существует множество научных определений маркетинга, что объясняется несколькими причинами. Одна из них – различия в самих подходах к маркетингу. Так, с одной стороны, он рассматривается как управленческая концепция («образ мышления»), своеобразная «философия» предпринимательства. Этот подход основывается на следующих принципах: систематизация в понимании рынка и его элементов, безусловный приоритет интересов покупателя, гибкая приспособляемость к требованиям рынка, активное воздействие на него и т.д. Другим распространенным подходом к маркетингу является его раскрытие как «образа действий», т.е. как системы практических приемов и мер, направленных на достижение успеха на рынке.

Ведущие американские маркетингологи Дж. Эванс и Б. Берман определяют маркетинг как предвидение, управление и удовлетворение спроса на товары и услуги, организации людей, территории и идеи посредством обмена. В свою очередь Ф. Котлер определяет маркетинг как «вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей людей посредством обмена». Ряд ученых рассматривает маркетинг как систему управления и организации деятельности компании, всесторонне учитывающую происходящие на рынке процессы [81].

Предпосылками для возникновения и развития маркетинга стали, прежде всего, сформировавшийся в 80-е гг. во многих странах мира массовый рыночный характер экономики, рост конкуренции между хозяйствующими субъектами как внутри каждой отдельной страны, так и между странами, повышение роли услуг в сфере товарного производства и обмена и особенно резкий рост доли информационных услуг.

Эти условия предопределили необходимость для хозяйствующих субъектов выживать в острой конкурентной борьбе, учитывая не только свои интересы, но и требования покупателей и потребителей к ассортименту и качеству товаров (услуг), их информационному и консультационному обеспечению, удобству потребления, а также факторы, влияющие на спрос.

Именно маркетинг, нацеленный на выявление нужд и потребностей рынков, их удовлетворение более эффективными способами, чем у конкурентов, предоставление покупателю того, что ему нужно, в нужном количестве, нужного качества, в нужном месте, по устраивающей его цене и одновременно получение за счет этого максимальной прибыли, становится важнейшим фактором успеха.

Касаясь Кыргызстана, отметим высказывание А. К. Аскаровой: «Проблемы развития маркетинга связаны с проблемами развития самого рынка в Кыргызской Республике. В странах с рыночной экономикой развитие рынка и маркетинга, в частности, происходило поступательно и последовательно. С момента признания маркетинга как отдельного научного направления концепции маркетинга в странах с рыночной экономикой подвергались существенным изменениям. По мере развития рынка и рыночных отношений концепции маркетинга эволюционно сменялись. Кроме этого, сформировались разные уровни использования маркетинга, с чем связано становление и развитие экспортного, международного и глобального маркетинга [34].

Производители стран с рыночной экономикой совершенствовали и разрабатывали новые концепции маркетингового управления в целях получения новых серьёзных конкурентных преимуществ.

В Кыргызстане маркетинг развивался медленно из-за отсутствия рыночной памяти и инфраструктуры, обусловленных сменой политического строя и трансформацией экономики. Хозяйствующие субъекты начали внедрять маркетинговые инструменты лишь с осознанием их важности для бизнеса.

Однако, несмотря на развитие рынка, применение маркетинговых концепций отечественными предпринимателями остается недостаточно эффективным.

Сейчас сложилась ситуация, при которой маркетинг используется отечественными компаниями в разной степени. По степени использования инструментов маркетинга субъектами рынка Кыргызской Республики можно сделать следующие выводы, соглашаясь с утверждением М. К. Керимкуловой,

которая провела классификацию компаний КР по степени использования концепций маркетинга, данные таблицы 1.1. [59]

До 80-х годов маркетинг в банковской сфере сводился к изучению спроса и привлечению клиентов, а с 80-х сформировалась концепция банковского маркетинга. Сегодня на Западе банки активно используют маркетинг как искусство управления, занимая лидирующие позиции среди рекламодателей.

Таблица 1.1 – Классификация компаний Кыргызской Республики по степени использования концепций маркетинга [59]

№	Степень использования маркетинга	Примеры отечественных компаний	Используемые концепции маркетинга
1.	Высокая	ЗАО «Шоро», ОАО «Оптима банк», КИСВ, «Газпром нефть Азия», компании с иностранным капиталом и др.	Традиционный маркетинг, социально этический маркетинг
2.	Хорошая	«SkyMobile», кондитерская фабрика «Ата», ОсОО «Народный», ОАО «Кыргызалтын» рекламная компания VeSmart и др. крупные компании	Сбытовая концепция, Традиционный маркетинг
3.	Умеренное	Компании текстильного производство, туризма и др. предприятия малого и среднего бизнеса	Производственная товарная концепция
4.	Не использует маркетинг	Большинство хозяйствующих субъектов	Нет маркетинговой концепции или использования

Согласно Ф. Котлеру концепция маркетинга рассматривается как «система основных взглядов, положений и инструментария деятельности маркетинга, которые используются для достижения целей компании – получение прибыли и удовлетворение потребностей конечного потребителя. В зависимости от конкретного состояния окружающей среды, уровня развития рыночных отношений (рынок продавца или рынок потребителя) выделяют традиционную, производственную, сбытовую, товарную, социально-этическую и сервисную концепции маркетинга» [66].

Банковский маркетинг является составной частью менеджмента банка и связан в первую очередь со стратегией развития банка.

Банковский маркетинг отдельные авторы определяют, как поиск наиболее выгодных (существующих и будущих) рынков банковских продуктов с учетом

реальных потребностей клиентуры, предполагающий четкую постановку целей банка, формирование путей и способов их достижения и разработку конкретных мероприятий для реализации маркетинговых планов [80; 57].

Ряд авторов в понятие маркетинга в банковской сфере включает выявление существующих и потенциальных рынков для предоставления услуг; выбор сфер наиболее выгодного положения банковских услуг и определение потребностей клиентов в этих сферах; установление кратко- и долгосрочных целей для развития существующих и создания новых видов услуг; предложения услуг таким образом, чтобы привлечь внимание клиентов к их получению, при соблюдении условия постоянного контроля со стороны банка за качественным их выполнением и получением прибыли от их реализации. А основными признаками, раскрывающими его сущность, определяют следующие [10]:

- ориентация на потребности клиентов (маркетинговая философия);
- применение множества инструментов рыночной политики (маркетинг-микс);
- целенаправленная координация всех видов деятельности в сфере сбыта (маркетинговое управление).

Диапазон банковского маркетинга достаточно широк, начиная от задач банка, заканчивая развитием рынка и комплексной программой деятельности банка в целом. Банковский маркетинг можно рассматривать, с одной стороны, как использование концепции маркетинга в деятельности банка, ориентированной на изучение и удовлетворение потребностей клиентов, и, с другой стороны, конкретную деятельность по изучению рынка и продвижению на нем банковских услуг.

Аналитики определяют следующие факторы, вызывающие необходимость применения маркетинга в банковской сфере [10;11]:

- выход банков на зарубежные рынки и их конкуренция с местными банками, глобализация банковской конкуренции;
- появление и развитие практически во всех странах огромного числа небанковских учреждений, составивших конкуренцию банкам;

- развитие конкуренции внутри банковской системы, а также между банками и небанковскими институтами как в области привлечения средств, так и в области предоставления кредитных услуг;
- развитие информационных технологий и средств коммуникации на базе современной техники и как следствие – расширение региональной и национальной сферы деятельности финансово-кредитных институтов;
- ограничение ценовой конкуренции на рынке банковских услуг, связанное с государственным регулированием, а также с тем, что существует предельный размер процента, ниже которого банк уже не получает прибыль, и выдвижение, в связи с этим на первый план проблемы управления качеством банковского продукта и продвижением продуктов на рынок.

Понимание банковского маркетинга определяется, на наш взгляд, прежде всего тем, что банки работают в сфере услуг, а их продукция специфична. По сути, банковский продукт – это комплекс услуг банка по активным и пассивным операциям.

С нашей точки зрения банковский маркетинг – это часть системы управления банком, представляющая собой совокупность методов, позволяющих организовать эффективное функционирование банка по продвижению банковских продуктов и услуг на рынке. Другими словами, на основе методов маркетинговых исследований банковский маркетинг позволяет: анализировать рынок банковских услуг, выявлять запросы потребителя, разрабатывать и внедрять новые виды услуг, проводить сравнительный анализ стоимости услуг банка, а также анализировать возможности конкретного коммерческого банка.

Таким образом, считаем, что банковский маркетинг является важной составляющей банковской деятельности, повышает конкурентоспособность и прибыльность банка, определяет стратегию в продвижении банковских продуктов на рынке.

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 протяжении последних лет изменения в банковской сфере происходят все заметнее и стремительнее. Так, в условиях нестабильной экономики и изменчивой конкурентной среды в банковском секторе все больше усугубляется необходимость борьбы за потребителя, формирование высокого уровня доверия, определяющего возможность построения долгосрочных отношений клиента с банком [8;11].

Появление банковских инновационных технологий было обусловлено зарождением новых способов ведения банковского дела, что приводит к умозаключению об образовании новых конкурентных преимуществ при помощи технологических инновации, а также способствуют развитию современной банковской системы. Но данные инновации не всегда позволяют коммерческим банкам выйти в прибыль, таким образом можно отметить, что банковская сфера деятельности специфична.

Банки, как и все большие организационные структуры, не всегда могут справиться с гибкими и быстрыми тенденциями на рынке. И здесь, на появившуюся в рыночной системе возможность, приходят компании, обладающие инновационными финансовыми технологиями.

Основным отличием таких организаций от банков и других классических финансовых институтов является размер и узость рынка. Каждая из таких компаний, как правило, обслуживает определенный тип потребителей и хороша только в своей небольшой нише. Однако, именно в узконишевых сегментах услуг подобные компании обладают необходимым конкурентными преимуществами перед другими участниками рынка.

Везде, где банки не увидели возможность или в силу массивности и «неповоротливости» крупной организационной структуры не смогли предложить клиенту максимально персонализированный сервис появляются финансово-технологические компании. Безусловно, это в основном новаторские

идеи, и их базовый сегмент потребителей – это относительно молодые и современные люди.

28 мая 2022 года, в Бишкеке, прошла конференция «Современный цифровой банк и его экосистема. Создавать, развивать и защищать» [91] при поддержке Фонда “Сколково” и Института Исследования Экономической Политики Кыргызской Республики. По итогам проведенной конференции были выявлены основные угрозы со стороны Финтех-сегмента для банков. Где основными моментами стали потеря доли рынка, снижение прибыли, увеличения оттока клиентов.

При этом, став полноценными участниками финансовых рынков, многие молодые и агрессивные технологические компании все чаще предпочитают жесткой конкуренции сотрудничество. Банки, обладая сильными возможностями к поглощению подобных компаний, как правило стараются не упускать возможностей развития и расширения сервисов подобным методом.

Банкам все труднее игнорировать финансово-технологические компании, сотрудничество с которыми может способствовать сохранению доходности в новой реальности. Например, коллаборация с новичками предоставляет банкам доступ к новой клиентской базе и новым источникам дохода. В частности, с открытием доступа к счетам клиентов через API банки смогут обслуживать чужих клиентов через свои интерфейсы. Кроме того, банки через «финтехи» получают новые технологии, увеличивая скорость развития инноваций в отрасли и соответственно приобретая новые конкурентные преимущества, благодаря которым банки могут выходить на новые рынки услуг и даже создавать элементы собственных экосистем.

Выигрывают и «финтехи». Они получают прямой доступ к крупной клиентской базе банков и снижают свои риски. С точки зрения потребителей выигрыш также очевиден: конкуренция пар «банк-финтех» приводит к увеличению качества продуктового предложения.

Партнерства банков с финансово-технологическими компаниями развиваются по «четырем основным направлениям:

- Улучшение клиентского интерфейса;
- Цифровизация процессов;
- Углубленная аналитика;
- Расширение продуктового предложения» [14].

Сотрудничество между традиционными банками и новыми игроками имеет важное значение, но согласование оптимальных методов работы может занять много времени. Пока же банкам следует сосредоточиться на переосмыслении и повышении качества обслуживания клиентов.

Ведущие финансово-кредитные институты глобального масштаба активно проводят мероприятия по адаптации к новым условиям, что формирует новые стандарты в области банковского бизнеса. Во всем мире цифровизация приходит на смену существующим бизнес-моделям в банках, быстро растут объемы рынка мобильных и бесконтактных платежей, 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 Кыргызстане — 23, в Армении — 17, в Казахстане — 21, в Белоруссии — 24. Но по оценкам экспертов, выход в страны ЕАЭС на треть увеличивает число потенциальных клиентов [86;88;89;90].

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.

Анализ финансовых рынков стран ЕАЭС показал, что значительную роль на финансовых рынках играют банки. К характерным особенностям банковских систем стран ЕАЭС можно отнести: численности и размерам банков доминирует Россия.

- 1) значительное доминирование банковского сектора по объему активов в сравнении с небанковскими институтами;
- 2) высокий уровень концентрации банковских активов (на 5 крупнейших банков приходится более 50% активов во всех странах);
- 3) низкий уровень насыщенности экономики банковскими кредитами.

Сегодня уровень взаимопроникновения (интеграции) в банковском секторе незначителен. Сближение законодательства и интеграция рынков банковских услуг в таких условиях являются сложной многофакторной задачей.

В первом полугодии 2024 года Кыргызстан продемонстрировал самый высокий рост валового внутреннего продукта (ВВП) среди всех стран ЕАЭС. Такие данные опубликовали в Евразийской экономической комиссии (ЕЭК). По сравнению с аналогичным периодом 2023 года, ВВП Кыргызстана вырос на 8.7%, что значительно превышает показатели других государств союза. Для сравнения, в Беларуси рост составил 7.5%, в Армении — 7.3%, в России — 4.2%, а в Казахстане — 3.6% [86;88;89;90].

Таким образом, в первом полугодии 2024 года общий объем ВВП стран ЕАЭС в годовом выражении увеличился на 4.6%. В отчетном периоде производство товаров в ЕАЭС увеличилось на 4.3%, производство услуг – на

Цифровые экосистемы банков способствуют увеличению продуктовой линейки финансовых и нефинансовых услуг, повышает качество и скорость обслуживания клиентов, повышает размеры непрофильных активов и влияет на

их финансовую устойчивость, что расширяет применение маркетинговых инструментов.

Конкуренция традиционных платежей и электронной формы на базе инновационных продуктов оказывает большое влияние на всю систему платежей как на национальном уровне, так и на международном, становится мировым трендом и закономерным результатом цифровизации финансовых и нефинансовых услуг.

Экономический рост за последние три года сложился в среднем на 6,9 % (2021г.-105,5%, 2022г.-109,0%, 2023г.-106,2%), как следствие проводимой политики Кабинета Министров Кыргызской Республики по усилению роли государственного влияния в экономике. Именно усиление государственной роли в экономике характеризует нынешнюю экономическую модель управления [88]. За январь-декабрь 2023 года объем валового внутреннего продукта (далее – ВВП) сложился в сумме 1 228,9 млрд. сомов и реальный темп роста составил 106,2 % (за 2022 г. – 109,0 %). В структуре номинального ВВП доля отраслей, производящих товары, составила 32,3 %, а доля отраслей, оказывающих услуги – 50,8 %. Наибольшую долю в структуре отраслей экономики, оказывающих услуги, занимают оптовая и розничная торговля – 35,0 %, услуги транспортной деятельности – 8,0 % и услуги финансового посредничества и страхования – 9,9 (устанавливается со стороны Национального банка), неразвитостью фондового рынка, отсутствием средних промышленных предприятий, как основы экспорта, привлечения инвестиций, трансфера технологий. Причиной неспособности экономики генерировать промышленную экспортную продукцию является отсутствие длинных и дешевых заемных средств, а также высокая процентная ставка банковского сектора, не рентабельная для производственного сектора, а также неспособность бюджета генерировать длинные дешевые средства в достаточных объемах. Кроме этого, ориентированность двусторонних фондов на окончательное согласование решений о финансировании со странами-

партнерами. Низкий уровень и не системность поступления прямых иностранных инвестиций.

Отсутствие длинных и доступных для рентабельности заемных средств определяет то, что роль торговли в экономике остается высокой.

Внешняя торговля складывается на протяжении всей независимой истории республики отрицательной, с преобладанием импорта над экспортом. В последнее время на торговлю влияет реэкспорт и транзит в Российскую Федерацию из Китая.

В связи с концентрацией торговли Кыргызской Республики с Российской Федерацией происходит очень сильное влияние изменение валютного курса российского рубля к доллару США на курс сома к доллару США [88;82]. При валютной волатильности в России изменение валютного курса мгновенно переносится (импортируется) на валютный рынок Кыргызстана. Валютный рынок Кыргызстана периодически принимает не характерный для местной экономики валютный курс. Таким образом, политика НБКР, направленная на стабильность валютного курса, подвергается внешнему изменению.

При увеличивающихся государственных расходах, при дисбалансе внешней торговли и отсутствии широких возможностей притока иностранной валюты в экономику, внешнее заимствование и прямые иностранные инвестиции остаются основными источниками притока. Наблюдается нагрузка на золотовалютные резервы для поддержания валютного курса в менее волатильном состоянии и нагрузка на бюджет в части осуществления капитальных инвестиций, социальные меры.

По данным первого квартала 2024 года сектор государственного управления имеет внешний валютный долг в размере 4,6 млрд долл. США. Валовые международные резервы составляют по состоянию на май 2024 года 3,7 млрд долл. США, из них 1,9 млрд долл. США в виде золота [82]. В динамике иностранных активов и обязательств Кыргызской Республики чистая международная инвестиционная позиция складывается отрицательно в размере 7,1 млрд долл. США по данным на конец марта 2024 года.

Государство, в лице НБКР продолжительное время объявляло валютную стабильность для стабильного привлечения прямых иностранных инвестиций, но курсообразование подвергается внешнему влиянию российского рубля, в том числе мировым валютным шокам в 2008, 2014, 2022 годах, валюта девальвировала, оказывая влияние на снижение потребления, как фактор повышения инфляционных показателей. Банковский сектор с высокими процентными ставками способен без рисков финансировать услуги и торговлю с более высокими оборотами, но не способен финансировать формирование основы экономики – средние промышленные предприятия, которые могут участвовать в международной кооперации в новых экономических циклах следующей промышленной революции. Дисбаланс во внешней торговле начал корректироваться реэкспортом из Китая в Российскую Федерацию. Государство повысило свое участие в экономике Кыргызской Республики, но бюджет государства в силу слабой внешнеторговой деятельности не может обеспечить все финансовые потребности субъектов экономики. Экономика нуждается в очищении теневой экономики, повышении безналичных платежей для полноценного осуществления сбора налогов и платежей.

В части маркетингового планирования важно понимать перспективу экономической деятельности для устойчивости платежной системы. Платежная система имеет активное развитие с 2018 года, и в рамках регуляторных песочниц были реализованы банковские приложения для обслуживания платежей клиентов. Вместе с тем, электронная коммерция импортируемых товаров активно развивалась.

Таким образом, анализ сложившейся на международном финансовом рынке ситуации показывает, что технологии играют решающую роль в финансовых организациях и являются жизненно важным компонентом инноваций для расширения доступа к финансовым услугам. Использование технологий поставщиками финансовых услуг значительно повышает их организационную эффективность. Например, управление портфелем и цифровые системы ведения реестров улучшают способность поставщика услуг точно

измерять и понимать статус организации, а также, готовить отчеты для регулирующих органов и инвесторов.

Повсеместное распространение мобильных устройств и совершенствование коммуникационных технологий в финансовой сфере оказывают сильное влияние на всю отрасль. С одной стороны, это создает новые возможности для удаленно работающего персонала. Работники могут собирать и передавать данные в режиме реального времени в головной офис.

Это разрушает традиционные модели работы и способствует инновациям. С другой стороны, это создает угрозу для традиционных финансовых услуг. Новые технологии позволяют финансовым стартапам предлагать более удобные и доступные услуги. В результате традиционные финансовые организации должны развиваться, чтобы сохранить конкурентоспособность.

1.3. Методические подходы к формированию банковской маркетинговой политики в условиях цифровых банковских экосистем

Развитие цифровых банковских экосистем стала стратегической необходимостью выживания кредитных организаций в условиях усиливающейся цифровой конкуренции между сотовыми операторами, интернет-игроками и банковским сектором.

За последние 10 лет по данным агентства McKinsey показатель прибыльности на капитал (ROE) банков в среднем по миру составлял 8–10 %. Показатель в последующем может уменьшится еще наполовину, что вынуждает банки идти на поиск интегрированных и экосистемных видов деятельности за пределами финансового сектора. Согласно прогнозам агентства, McKinsey к 2030 г. на долю экосистем будет приходиться до 30 % мирового ВВП [82].

Кроме того, на финансовый рынок выходят новые интернет-игроки, теснящие традиционные банки в сфере финансового посредничества в цифровой среде. Тем самым принципиально меняется маркетинговая деятельность и форма удовлетворения финансовых потребностей клиентов. Если в традиционном

подходе «банк и финансовый продукт» на первом месте стоит сам банк, а потом рассматривалась его продуктовая линейка, то в цифровом подходе на первое место выходит уникальность финансового продукта, когда клиент выбирает выгодный ему экосистемный банк или другие финансовые инструменты.

Изменениями в потребительских предпочтениях воспользовались крупные сетевые провайдеры и интернет-магазины, с предложением альтернативных финансовых инструментов оплаты товаров и услуг (Amazon Pay, eBay (США), WeChat Pay (Китай), AliPay (Китай), Ozon Pay (Россия) и др.), соперничая с банковским сектором в предоставлении клиентам комфортного доступа к мгновенным платежам и транзакциям.

Цифровизация банковской сферы не только изменяет способы предоставления услуг, но и кардинально преобразует маркетинговые стратегии, которые банки применяют для привлечения и удержания клиентов.

В условиях цифровых экосистем, где банки предоставляют услуги через многочисленные каналы (мобильные приложения, онлайн-банкинг, чат-боты, социальные сети и другие цифровые сервисы), маркетинговая политика должна учитывать новые реалии и использовать современные методы и технологии для достижения конкурентных преимуществ. В этом контексте необходимо разработать методические подходы, которые позволят эффективно строить маркетинговую политику с учетом особенностей цифровых экосистем.

Анализ и сегментация клиентской базы с использованием Big Data. Один из ключевых методов в цифровых экосистемах — это использование аналитики больших данных (Big Data) для сегментации клиентской базы. Банки, имея доступ к огромным объемам информации о клиентах (история транзакций, поведение в приложениях, поисковые запросы, демографические данные и другие параметры), могут более точно определить потребности различных групп пользователей. Например, согласно исследованию McKinsey, 70% банков, использующих аналитику данных, сообщают о росте доходов на 10-15% благодаря персонализированным предложениям.

Применение Big Data позволяет:

- Разрабатывать индивидуальные предложения для клиентов на основе их финансового поведения;
- Прогнозировать потребности клиентов, например, в кредитных продуктах или инвестиционных услугах;
- Сегментировать аудиторию по различным признакам (возраст, доход, предпочтения в использовании каналов и т.д.).

Многоканальность и интеграция всех цифровых точек контакта. В условиях цифровой трансформации банки обязаны строить свою маркетинговую стратегию таким образом, чтобы обеспечивать взаимодействие с клиентами через различные каналы: мобильные приложения, веб-сайты, социальные сети, чат-боты, колл-центры и другие. По данным исследования PwC, 65% потребителей ожидают, что взаимодействие с компанией будет seamless (бесшовным) между разными каналами. Это означает, что банковская маркетинговая стратегия должна быть основана на интеграции всех точек контакта в единую экосистему.

Ключевые аспекты многоканальности:

- Обеспечение постоянного и качественного обслуживания клиентов на всех каналах;
- Предоставление возможности начать взаимодействие в одном канале и продолжить в другом без потери информации;
- Использование omnichannel-стратегий для повышения удовлетворенности клиентов.

Персонализация контента и маркетинговых предложений. Современные клиенты ожидают от банков персонализированного подхода, который соответствует их индивидуальным потребностям и предпочтениям. Согласно исследованиям Accenture, 75% клиентов готовы делиться личными данными в обмен на персонализированные предложения, а 60% из них ожидают, что банки будут использовать эти данные для улучшения обслуживания. В этой связи, банки должны использовать персонализированные маркетинговые стратегии, включая рекомендательные системы, персонализированные предложения по

продуктам и услугам, которые соответствуют индивидуальным запросам клиентов.

Методы персонализации включают:

- Использование алгоритмов машинного обучения для предсказания потребностей клиента (например, предложение кредитной карты после того, как клиент совершил крупную покупку);
- Рекомендации по инвестициям на основе анализа предпочтений клиента;
- Персонализированные предложения с учетом географического положения клиента и его финансовых привычек.

Автоматизация маркетинга и применение ИИ в банковской сфере становятся важными инструментами для повышения эффективности рекламных кампаний, улучшения клиентского опыта и оптимизации внутренних процессов. По данным Statista, к 2025 году около 75% банков по всему миру будут использовать искусственный интеллект для улучшения своих маркетинговых стратегий. ИИ помогает автоматизировать процессы сегментации, персонализации и взаимодействия с клиентами, а также ускорить обработку данных.

Применение ИИ в маркетинговых стратегиях включает:

- Чат-боты и виртуальные ассистенты для автоматизации обслуживания клиентов.
- AI-платформы для создания персонализированных рекомендаций по продуктам и услугам.
- Анализ настроений на основе данных из социальных сетей для оценки восприятия бренда.

Оценка эффективности маркетинговых стратегий через KPI и показатели ROI. Одним из важнейших аспектов разработки маркетинговой политики является способность объективно оценивать эффективность предпринимаемых шагов. Для этого банки должны разрабатывать и отслеживать ключевые показатели эффективности (KPI), такие как стоимость привлечения клиента

(CAC), показатель лояльности (NPS), вовлеченность пользователей и возврат на инвестиции (ROI).

Ключевые показатели для оценки эффективности маркетинга:

- Customer Acquisition Cost (CAC): Стоимость привлечения одного клиента.
- Return on Investment (ROI): Возврат на инвестиции от рекламных кампаний.
- Net Promoter Score (NPS): Оценка лояльности и удовлетворенности клиентов.

Таким образом, методические подходы к формированию банковской маркетинговой политики в условиях цифровых банковских экосистем включают комплексное использование современных технологий и аналитических методов, таких как Big Data, искусственный интеллект, многоканальность и автоматизация. Эти подходы не только повышают эффективность взаимодействия с клиентами, но и обеспечивают конкурентоспособность банков в условиях быстро меняющейся цифровой среды.

В условиях стремительного цифрового развития, где важность технологий и взаимодействий между участниками бизнеса возрастает, банки вынуждены адаптировать свою маркетинговую политику, ориентируясь на более широкие концепции. Одной из таких концепций является бизнес-экосистема, которая включает не только сам банк, но и все его партнерские и клиентские связи в единую сеть. В этой среде банковская маркетинговая политика не ограничивается традиционными методами продвижения, а превращается в активное взаимодействие с участниками цифровой экосистемы, где каждый элемент создает ценность для всех остальных. Таким образом, становится основой для формирования новых подходов в банковском маркетинге, обеспечивая не только персонализированное обслуживание клиентов, но и долгосрочную устойчивость и конкурентоспособность всей системы.

Понятие «экосистема» заимствовано в экономике из экологических и биологических наук и положено в основу понимания «экономики как

экосистемы». Д. Ф. Муром ввел в научный оборот определение термина «бизнес-экосистема» [13].

Часть исследователей – Кристофер Зот, Рафаэль Амит и Лорезо Масса подчеркивают, что понятие «бизнес-модель» компании расширяется до «бизнес-экосистемы», в которой целевыми параметрами развития становится не просто получение прибыли, а формирование ценностей для всех участников бизнес-экосистемы, включая фирму и ее партнеров. Например, на основе лояльности потребителя к бренду головной фирмы возникает возможность у участников бизнес-экосистем получать долю этой общей ценности по всей цепочке ее формирования [55].

Некоторые исследователи подчеркивают, что в первую очередь цифровая бизнес-экосистема – это взаимосвязанное экономическое сообщество, которое имеет единую цель и общую интернет-платформу функционирования. Согласно К. Валкокари, любая бизнес-экосистема стремится к устойчивому развитию всех ее участников на основе получения синергетического эффекта формирования цифровых межфирменных связей за счет экономии на транзакционных издержках взаимодействия участников бизнес-экосистемы и укрепления доверия клиентов.

По мнению Г. Б. Клейнера, М. А. Рыбачука и В. А. Карпинской бизнес-экосистемы в финансовом секторе нацелены на создание и обращение не только материальных, но и символических благ и ценностей, поэтому бизнес-экосистемы строятся по горизонтальному типу и обладают ограниченным контролем со стороны иерархии [60].

В работе М. А. Зокирова отмечается, что банковская экосистема отражает комплексный набор продуктов и услуг, предоставляемых в различных сферах деятельности, объединенных под эгидой одной организации. По мнению И. И. Бычковой, цифровая банковская экосистема строится на платформенных интернет-технологиях и обширных базах данных о клиентах, что дает ей возможность масштабирования и приводит к существенным экономическим

выгодам при привлечении клиентов, благодаря системному синергетическому эффекту [54].

Т. И. Фатхудинова подчеркивает, что банковская экосистема отражает комплекс взаимодействий между поставщиками услуг и партнерами, включая отношения конкуренции и сотрудничества с целью обеспечения пользователям банковской экосистемы максимально широкого спектра финансовых и нефинансовых услуг [78].

Несмотря на разнообразие исследовательских подходов к понятию цифровых бизнесэкосистем, выделяются следующие аспекты этого явления [33]:

- 1) бизнес-экосистемы отражают межфирменные и межсекторальные взаимодействия организации и ее участников, функционирующие на основе интегрированного цифрового базиса;
- 2) участники бизнес-экосистемы могут иметь различные взаимосвязи друг с другом (как бесконкурентные партнерские отношения, так и конкурентные отношения в реальной и цифровой бизнес-среде);
- 3) источником создания и функционирования бизнес-экосистем выступает экономия транзакционных издержек взаимодействия организации и ее участников (партнеры, поставщики, посредники, клиенты, государство и т. д.), а также синергетические эффекты систематизации и монетизации информационных баз данных о клиентах бизнес-экосистем;

Во многих исследованиях по проблематике развития банковских экосистем, отмечаются их следующие преимущества:

- удобство и скорость совершения клиентами финансовых и нефинансовых операций;
- гибкость и временная доступность мобильного банкинга для клиентов банковской экосистемы;
- инновационная направленность цифровых банковских экосистем;
- развитие экосистемных банковских кошельков для клиентов;
- высокий уровень развития инноваций и цифровых финансовых технологий.

Экосистемы цифрового банкинга способствуют расширению продуктовой линейки в банковском и смежных секторах, меняя отраслевые границы бизнес-моделей финансовых организаций, поскольку банки расширяют спектр услуг и сервисов, объединяя ресурсы различных направлений деятельности в рамках единой цифровой платформы.

Мировой опыт показывает, что существуют различные способы регулирования цифровых экосистем и активным присутствием банков в нефинансовом секторе. На одной стороне – американский инструментальный с институциональным разграничением банковской и нефинансовой сфер деятельности, который направлен на минимизацию риска и обеспечение стабильности финансовой системы. На другой – китайский опыт с установленными стандартами, с максимальным коэффициентом риска 1 250 %, предполагающим необходимость создания соответствующих резервов для возможных финансовых потерь [82]. Главным принципом регулирования отечественных банковских цифровых экосистем является недопущение функционирования доминирующей цифровой экосистемы на рынке. Экосистемы как объединения нескольких цифровых платформ разных компаний, могут способствовать эффекту «перетока» клиентской базы из одного направления бизнеса в другой, занимаемый участником-партнером этой экосистемы.

Среди потребителей увеличивается спрос на экосистемные продукты и подписки. В экосистемную конкуренцию включаются не только крупные банки, как ПАО Сбербанк, АО «Тинькофф Банк», Банк ВТБ и др., но и нефинансовые игроки, как компании ИТ-сектора и телекома: Яндекс, VK, МТС, Мегафон и др. Также компании ритейла, интернет-торговли и логистики: Ozon, Wildberries, X5 Retail Group³, СДЭК⁴ и др., использующие экосистемный подход [82].

Яндекс присоединил в свою экосистему банк «Акрополь», переименовав его в «Яндекс Банк», «МТС Банк» образовался на основе «Московского банка реконструкции и развития», «Мегафон Банк» возник в сотрудничестве с банком «Раунд», а «Wildberries Банк» и «Ozon Банк» сформировались с использованием платформы ВТБ. Компании X5 Retail Group в качестве фуд-ритейлера и

логистический оператор СДЭК находятся на стадии формирования экосистем с «встроенными» финансовыми сервисами платежей и денежных трансакций [87].

Нефинансовые цифровые экосистемы предоставляют уникальную возможность объединить различные организации, коммуникационные сети, сервисы и индивидуальных пользователей в одну цифровую среду, позволяя сократить время покупки и поиска товара или услуги.

В нефинансовых цифровых экосистемах участниками могут быть не только компании и организации, но и физические лица, играющие роль потребителей или поставщиков определенных услуг. Несмотря на то, что построение собственных цифровых экосистем с широким спектром нефинансовых услуг характерно прежде всего для крупных банков, однако, экосистемный подход реализуется и в небанковском секторе, это размывает четкие границы между банковскими и небанковскими экосистемами.

На данном примере финансовые и нефинансовые цифровые экосистемы образуются различными способами, при этом могут использоваться комбинации нескольких вариантов экосистемного строительства. Небанковские экосистемы могут инкорпорировать в себя необходимый им финансовый компонент за счет партнерства с традиционными участниками финансового рынка, формирования внутреннего цифрового банка для проведения расчетов и платежей, расширения функционала существующей розничной платежной системы, используя внешние технологии цифровой экосистемы. Основные механизмы формирования финансовых и нефинансовых экосистем в цифровой среде, следующие [87]:

- 1) «универсальный» способ построения собственных цифровых экосистем по принципу «одно окно для всех клиентов» отражает стремление охватить 100 % потребностей и привычек своей клиентской базы по самому широкому направлению финансовых и нефинансовых услуг («lifestyle banking» для розничных и корпоративных клиентов – ПАО Сбербанк, экосистема Яндекса, VK, МТС и др.);
- 2) «нишевый способ» построения собственных цифровых экосистем основывается на охвате 100 % специализированных финансовых и

нефинансовых потребностей своих клиентов по разным направлениям: образование, ипотека, автокредиты, инвестиции и недвижимость (АО «Тинькофф Банк», Банк ВТБ (ПАО) и др.);

3) «аутсорсинговый» способ построения цифровых экосистем – банк не с нуля строит свою цифровую экосистему, а пользуется готовыми техническими разработками fintech программ, с дальнейшим сервисным наполнением под свою клиентскую базу и участников экосистемы (АО «Газпромбанк», АО «Россельхозбанк», АО «Почта-Банк», ПАО «Совкомбанк», ООО «Хоум Кредит» Банк, Ozon Банк, X5 Retail Group и др.);

4) «инсорсинговый» способ формирования экосистемы – банк на основе своего внутреннего подразделения предоставляет услуги по специализированной интеграции финансовых и нефинансовых потребностей для внешних и собственных определенных групп клиентов (ПАО «Альфа-Банк» через «суперсервис» предлагает услуги по специализированному экосистемному партнерству не только своим клиентам, но и внешним компаниям).

Следует отметить, что в разных способах формирования цифровых экосистем могут пересекаться и различные инструменты их построения как в «ядре», так и «периферии» экосистемы. Благодаря модульному типу конфигурации цифровых экосистем, банки могут приобретать или продавать непрофильные бизнесы, а также строить «выборочные» партнерские отношения с отдельными участниками экосистем, тем самым изменяя межсекторальные и рыночные границы их функционирования.

В России применяются комбинированные механизмы и способы формирования финансовых и нефинансовых цифровых экосистем (универсальный, нишевый, аутсорсинговый и инсорсинговый). Электронные кошельки по своему удобству – один из самых быстрорастущих сегментов рынка экосистемных продуктов и услуг и особая сфера конкурентного регулирования [94, с.19]. Банковские и небанковские платежные цифровые инструменты особо жестко конкурируют друг с другом в этом сегменте за лидирующие позиции – SberPay, МТС Pay, VK Pay, Ozon Pay, VTB Pay, Alfa Pay или Tinkoff Pay, каждый

из которых предлагает удобства в использовании электронных платежей, включая бесконтактность, безинтерность, безпластиковость, распознавание по улыбке, по лицу, по голосу и др. биометрическим данным.

Таким образом, структурные и функциональные характеристики цифровых экосистем в банковском и смежных секторах экономики обладает следующим:

Во-первых, сравнительный анализ цифровых банковских экосистем Сбербанка, «Тинькофф», ВТБ, показал, что каждая из цифровых платформ имеет как общие черты, так и свои особенности: цифровая платформа ПАО Сбербанк ориентирована в большей степени на физических лиц, обладает межотраслевым характером и включает большое число нефинансовых участников цифровой экосистемы; АО «Тинькофф Банк» склоняется в развитии своей экосистемы в сторону инвестиций и образовательной компоненты, постепенно переходя от нишевого способа функционирования к универсальному набору нефинансовых услуг; цифровая экосистема Банк ВТБ (ПАО), ядром своей экосистемы выбрала жилищную программу, следовательно, все нефинансовые партнеры обеспечивают комплексность услуг в этом сегменте рынка [39].

Во-вторых, на российский рынок экосистемных продуктов выходят не только банковские, но и небанковские игроки (компании ИТ-сектора и телекома Яндекс, VK, МТС, Мегафон, компании ритейла, интернет-торговли и логистики – Ozon, Wildberries, X5 Retail Group, СДЭК и др.), что приводит к размыванию отраслевых и рыночных границ между финансовыми и нефинансовыми цифровыми экосистемами, усиливая между ними цифровую конкуренцию. В России применяются комбинированные механизмы и способы формирования финансовых и нефинансовых цифровых экосистем (универсальный, нишевый, аутсорсинговый и инсорсинговый). Предложенная матрица финансовых и нефинансовых цифровых экосистем позволяет систематизировать взаимодействие между различными банковскими и небанковскими игроками на рынке.

В-третьих, предложенный регулятором инструментарий риск-чувствительного лимита управления непрофильными активами банков

показывает, что в настоящее время даже у самых крупных банков ПАО Сбербанк, АО «Тинькофф Банк» и Банк ВТБ (ПАО) не хватает прироста прибыли для выполнения всех требований регулятора, что свидетельствует о необходимости доработки методических и организационных вопросов управления непрофильными активами банков. Кроме того, регуляторный инструментарий непрофильных активов банков, подталкивает кредитные и некредитные организации переходить на внешние и партнерские механизмы формирования экосистемных продуктов, стараясь не использовать или свести к минимуму прямые покупки активов будущих участников банковских экосистем.

Выводы по 1 главе:

В силу системных дисбалансов в экономике республики, отсутствия доступных, длинных заемных средств, подходящих для рентабельности средних промышленных предприятий, ресурсами банковской системы, где преобладают повышенные процентные ставки на среднесрочные заемные средства, роль торговли приобрела системообразующий характер.

Банковская система, нефинансовые и цифровые субъекты предпринимательства, на фоне внешнего стимулирования расчетов в безналичной форме сформировали и продолжают формировать экосистемы, обеспечивая расширение реализации маркетплейсов, электронной коммерции.

Увеличение доли цифровых инструментов в банковской и нефинансовой системе увеличило количество услуг с их стороны, что, в свою очередь, является основанием для расширения применения маркетинговых инструментов. К новым маркетинговым подходам предъявляются требования по скорости, форме и объемам предоставляемой информации, тщательной градации предложений в маркетинговых нишах.

Все вышеприведенные тенденции явились результатом формирования законодательной основы, заложенной с 2017 года и реализованной с участие возросшей роли государственного управления экономикой в последние годы.

Опыт главного стратегического партнера в лице Российской Федерации обозначает масштабы и направления возможного движения развития в создании цифровых экосистем. Банковская система России, в силу масштабности и особенностей включенных системных банков разделила маркетинговую общую площадку на основные направления, в том числе в инвестициях в образовательные компоненты, совместному взаимодействию с государством в реализации программ, услугам физическим лицам и взаимодействию с нефинансовыми участниками цифровой экосистемы.

Разнообразие направлений цифровых экосистем формирует основу для новых подходов маркетинговой деятельности, отвечающей требованиям кратного увеличения оборота торговли и услуг, взаимных расчетов на базе цифровых, электронных комбинированных ресурсов.

ГЛАВА 2. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ БАНКОВСКОГО МАРКЕТИНГА В ЦИФРОВОЙ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЕ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

2.1. Анализ современного состояния банковской системы

В условиях быстро меняющейся экономической среды и глобальных финансовых вызовов анализ современного состояния банковской системы Кыргызстана становится особенно актуальным. На протяжении последних лет банковский сектор страны претерпел значительные изменения, что связано как с внутренними факторами, такими как реформа финансового законодательства и развитие инфраструктуры, так и с внешними, включая мировые финансовые тенденции и влияние пандемии COVID-19. В данном контексте важно отметить, что, несмотря на достижения в области финансовой инклюзии и роста доступности банковских услуг, система по-прежнему сталкивается с рядом проблем, включая низкий уровень капитала, отсутствие диверсификации активов и недостаточную конкурентоспособность. Текущий анализ позволяет выделить ключевые направления для улучшения функционирования банковской системы, включая необходимость внедрения современных технологий, повышения прозрачности операций и укрепления механизмов регулирования. Таким образом, понимание современных вызовов и возможностей банковской системы Кыргызстана является важным шагом на пути к устойчивому экономическому развитию страны.

На сегодняшний день Кыргызстан признан в международном сообществе как один из цивилизованных, суверенных государств. Международная деятельность страны направлена на соблюдение всех соответствующих норм и правовых актов всемирных организаций. Будучи частью всемирной цифровой паутины, Кыргызстан следует принципам верховенства международных прав, это означает, что законодательные акты, осуществляемые в республике, не

должны противоречит международным правилам и соглашениям, более того, внутренние законодательные акты должны соответствовать им.

В Конституции КР [1] указано, что «Общепризнанные принципы и нормы международного права и международные договоры Кыргызской Республики являются составной частью ее правовой системы. Если международным договором КР установлены иные правила, чем предусмотренные законом, то применяются правила международного договора».

Законодательство КР развивается ступенчато, то есть, законодательные акты можно поделить на уровни. Как многоуровневая система, законодательство КР представлена как «ветви», каждая из них является отдельной отраслью в законодательной системе, имеющая специфические свойства (к примеру: таможенное, налоговое, банковское и др.).

Банки – кровеносная артерия экономики любого государства. По уровню деятельности банковского сектора можно говорить об экономике в целом. Коммерческие банки предоставляют возможность всем отраслям экономики осуществлять различные расчеты, связанные с банковской системой. То есть они могут осуществлять все процедуры и операции, связанные с кредитными и расчетными операциями. Коммерческие банки имея основные резервные фонды и уставной капитал, правомочны осуществлять действия по покрытию убытков, с использованием уставного и резервного фондов, также осуществляют торговлю ценными бумагами, куплю-продажу валюты и др.

В деятельности коммбанков основной акцент делается на их экономическую составляющую. В связи с чем есть острая необходимость четкого обозначения правово-экономических аспектов деятельности кредитных организаций. За последнее время наблюдается динамика развития банковской системы Кыргызской Республике, которая осуществляется благодаря различного рода реформ в различных отраслях экономики и в рамках Стратегии развития банковского сектора [85].

Банки – это непосредственные посредники между сторонниками экономических отношений. Без соответствующего регулирования финансовой

деятельности банковской системы невозможно добиться эффективности функционирования всей системы [37].

Несмотря на тот факт, что в мире существуют страны с одноуровневой банковской системой, в преобладающих странах мира функционируют двухуровневые банковские системы. Естественно, на первом уровне стоит государственный банки (или банки), за ним следуют коммерческие. Кыргызстан относится к числу стран с двухуровневой системой банков. По имеющимся статистическим данным, на сегодняшний день на территории Кыргызской Республики задействованы более 20 коммерческих банков, которые имеют более 300 филиалов по всей стране [85].

Если взять начало 2023 года в банковской системе страны наблюдаются заметные улучшения и динамика их деятельности. А это, прежде всего, финансовое благосостояние в экономике. Примерный объем чистой прибыли за упомянутый период в банковской системе Кыргызстана достиг более чем 1 млрд млн сомов, данные таблицы 2.1. При этом, нужно отметить, что субсидии, выдаваемые банками заметно сократились (почти на 1,5%). Предпринятым шагам банков КР в данном случае можно дать следующее объяснение: это непосредственно связано с действиями (или же бездействием) заемщиков, так как кредиты, выдаваемые банками вовремя не возвращались, и такое положение постепенно обрело динамичный характер, что более усугублял сложившееся обстоятельство в банковской системе в целом» [85;88].

Таблица 2.1 - Прибыль коммерческий банков КР, за 2019-2023 г.г. (млн. сом)

Всего процентные доходы					
Всего процентные расходы					
Чистый процентный доход					
Резерв на покрытие потенциальных потерь и убытков по кредитам					
Чистый процентный доход после отчислений в РППУ					
Всего непроцентные доходы					

Всего непроцентные расходы					
Всего другие операционные и административные расходы					
Чистый операционный доход (убыток)					
Резерв на покрытие потенциальных потерь и убытков (не от кредитных операций)					
Чистый доход (убыток) до налогообложения					
Налог на прибыль					
Чистая прибыль (убыток)					



Рисунок 2.1. Классификация кредитного портфеля (в %) за 2019-2023 гг. [85,88]

С 2019 года наблюдается определенная колебания доли неклассифицированных кредитов, которая варьируется от 92,4% до 95,1%, что свидетельствует об относительной стабильности банковской системы. Начиная с 2020 года, доля неклассифицированных кредитов снижается, это вероятно, связано с последствиями пандемии COVID-19. В 2022 году доля неклассифицированных кредитов составила 87,2%, а в 2023 году – 90,8% (рисунок 2.1).

Таким образом, динамика долей неклассифицированных и классифицированных кредитов свидетельствует о способности банковской системы адаптироваться к изменяющимся экономическим условиям.

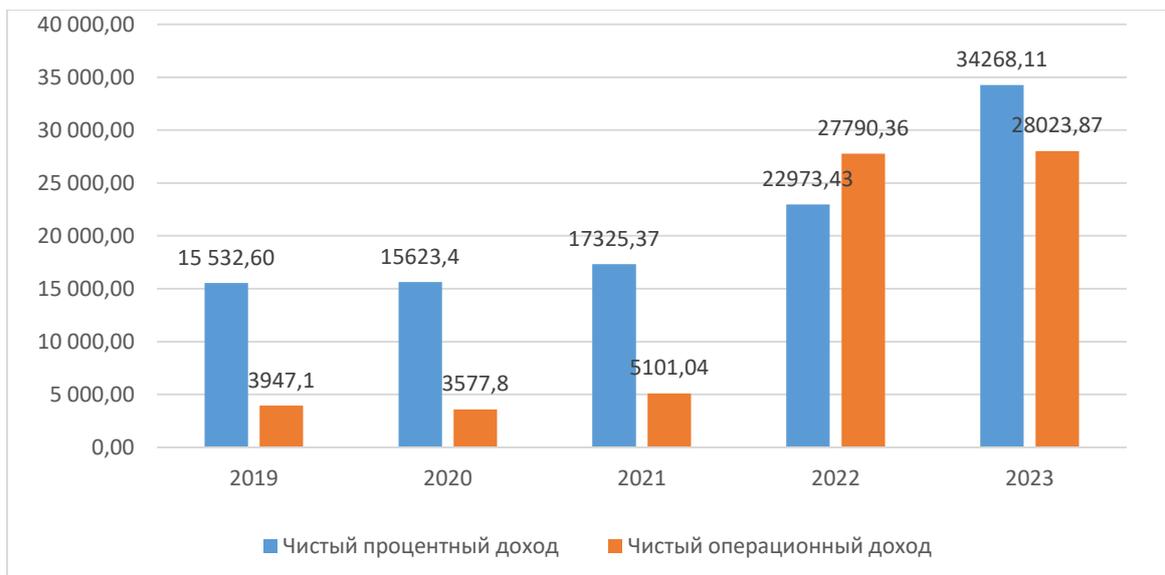


Рисунок 2.2. Процентный и непроцентный доход банков КР (за 2019-2023 млн. сом) [85]

Представленная динамика чистого процентного дохода и чистого операционного дохода за период с 2019 по 2023 год., продемонстрировал рост на 120,6%. Чистый операционный доход также показал рост с 3 947,1 тыс. сомов в 2019 году до 28 023,87 тыс. сомов в 2023 году, что составляет увеличение на более чем в 6 раз (рисунок 2.2).

Задействованные в банковской системе КР коммерческие банки (их – 21) осуществляют основную долю финансовых операций по стране. В связи с чем, масштабы и ареал оказываемых ими услуг значительно расширился, это, в свою очередь, привело к увеличению объемов получаемой ими прибыли. Искомый нами год (2023) показал значительную динамику в данном отношении. Этот показатель является кульминационным за рассматриваемый нами 5-летний период. Такие показатели свидетельствуют о темпе экономического роста страны. К числу наиболее задействованных в данном процессе коммерческих банков можно отнести «Коммерческий банк «Кыргызстан», «Бакай Банк», «Оптима Банк». Так называемыми «акулами» в системе коммерческих банков Кыргызстана достигнуты более половины всей прибыли.

Как показали итоги за 2022 год, у некоторых коммерческих банков расходы превысили объемы доходов, к примеру, у «коммерческого банка «Кыргызстан»

они составили – 7.5 млн сомов; «Бакай Банк» – более чем 28 млн сомов. Как видно, вышеупомянутые коммерческие банки находятся в передовых рядах не только по получаемой прибыли, также и по затратности (рисунок 2.3).

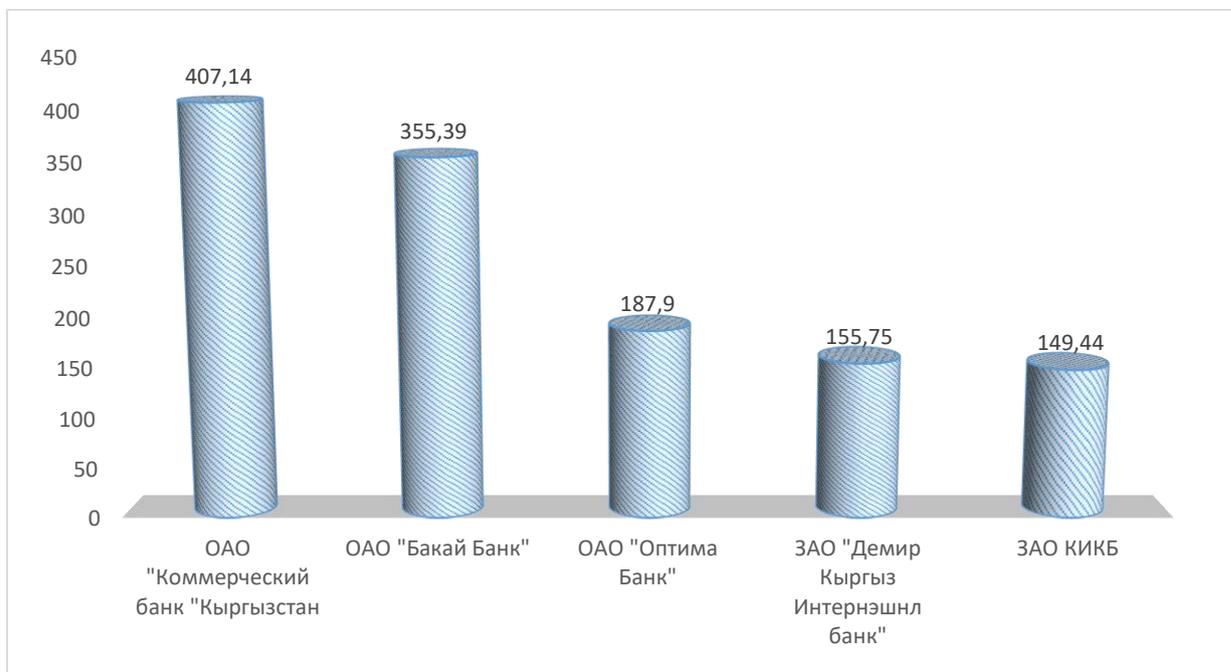


Рисунок 2.3. Рейтинг коммерческих банков Кыргызстана по объему чистой прибыли (данные за 2023 год) [85]

Обозначенный нами период также ознаменован тем, что за это время значительно вырос объем получаемой прибыли комбанками. Данный показатель свидетельствует о стабильности в экономическом развитии страны, что непосредственным образом отразилось и на убытках, которые, за указанный период были сокращены. Среди 8 банков-авангардов только двое получили убытки. значительную часть прибыли коммерческих банков составили доходы, полученные за счет различных валютных операций. Чем это может быть вызвано? Прежде всего, это разница, получаемая с курсов валют при покупке и продаже иностранной валюты; комиссии за международные переводы, конвертации иностранных валютах и др.

К началу 2023 года прибыль от деятельности банков с валютами составила около 1 млрд 586 млн сомов, когда те же показатели за 2022 год составили почти

За искомый период к числу высокодоходных банков в Кыргызской Республике мы можем причислить следующих:

«Коммерческий банк «Кыргызстан» – почти 407.15 млн сомов;

«Бакай Банк» – почти 355,40 млн сомов;

«Оптима банк» – почти 188 млн сомов.

Суммарные активы коммерческих банков Кыргызской Республики с начала года составили 612 721 955,1 сомов.

Как известно, выдача кредитов клиентам – по сути, основная из задач комбанков. При выдаче клиентам (это могут быть как физические, так и юридические лица), составляемый им кредитный портфель содержит определенную сумму. За искомый период объемы кредитного портфеля составили 257,8 млрд сомов, в том числе были предоставлены кредиты на развитие:

- промышленности – 12,4 млрд сомов (уменьшение на 7,2 процента);
- сельского хозяйства – 46,1 млрд сомов (увеличение на 9,1 процента);
- торговли – 54,2 млрд сомов (увеличение на 4,6 процента);
- строительства – 13,5 млрд сомов (увеличение на 13,3 процента);
- ипотеки – 32,6 млрд сомов (увеличение на 8,7 процента);
- потребительских – 67,5 млрд сомов (увеличение на 20,9 процента);
- прочие – 31,5 млрд сомов (увеличение на 3,5 процента).

Банковская система кредитовала в большей доле торговлю, потребительские расходы клиентов, а сельское хозяйство кредитовалось по правительственной программе из источника бюджетных расходов. Данное распределение долей кредитования является характерным. Российско-кыргызский фонд развития оказал влияние на снижение банковской процентной ставки. В основном банки обслуживают проекты российско-кыргызского фонда развития по низким ставкам за счет предоставленных средств, а свои более дорогие средства используются для дополнительных сопутствующих услуг клиентам (рисунок 2.4).

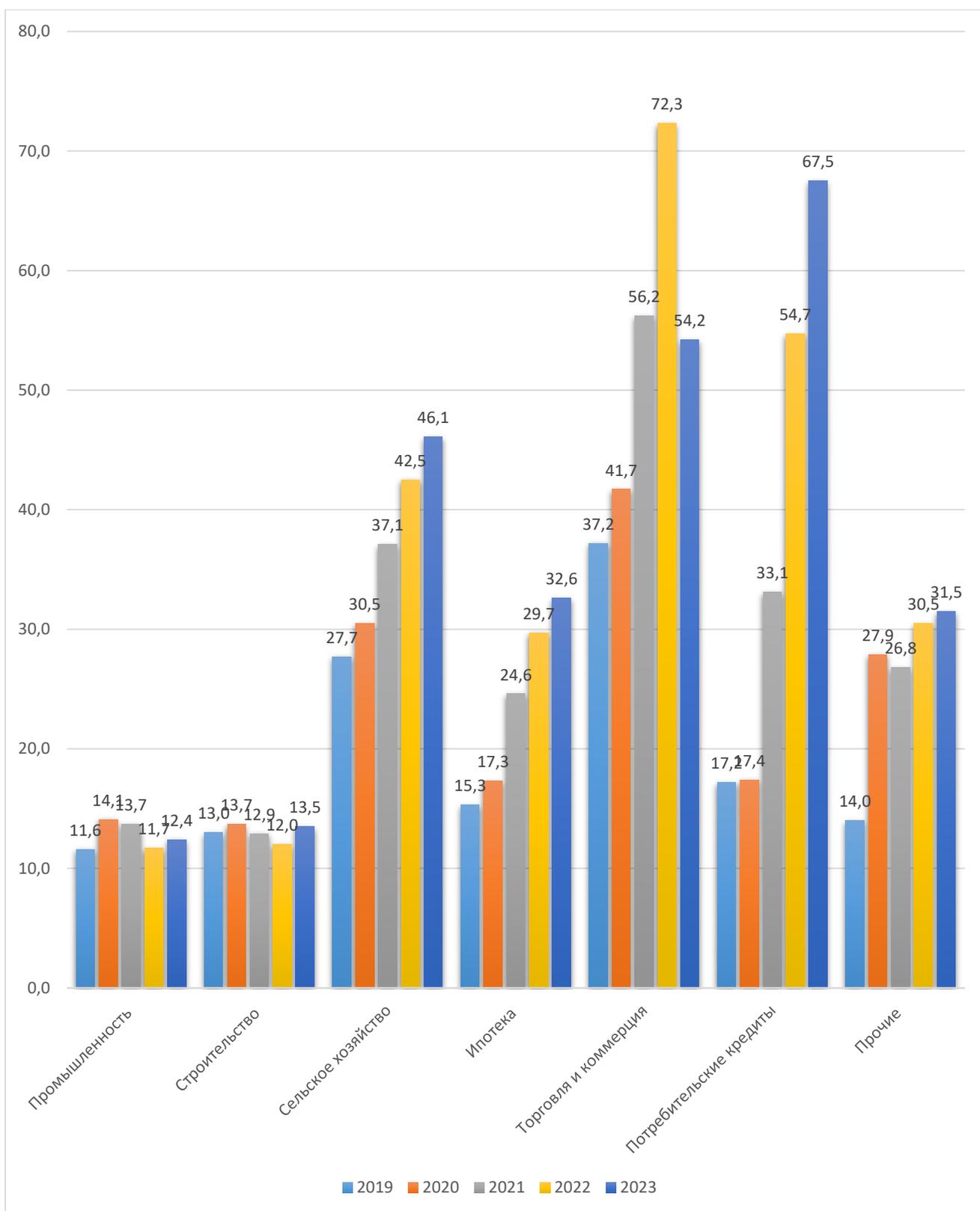


Рисунок 2.4. Динамика кредитного портфеля банковского сектора по отраслям экономики за период 2019-2023 гг. (млрд. сом) [85]

Все предоставляемые кредиты имеют свою специфику, согласно которым они подразделяются как стандартные, нестандартные и др., то есть имеют свою

классификацию. В соответствии данной классификации объем кредитов составила 23,8 млрд сомов, в процентном соотношении который составил – 9,24%, при этом, тот же показатель по итогам 2022 года составил 33,8 млрд сомов, что в процентном соотношении дает 12,82% показатель. За искомый период также необходимо учитывать объемы просроченных кредитов, которые весьма внушительны: 7,2 млрд сомов (2,6%).

Данное распределение долей классифицированных и просроченных кредитов является характерным, кроме ситуаций при форсмажорных ситуациях (COVID-2019). Оценка кредитоспособности клиентов со стороны банковской системы осуществляется на должном уровне.

Как известно, на территории Кыргызстана задействованные коммерческие банки списывают через резерв на покрытие потенциальных кредитных и лизинговых потерь и убытков (РППУ) предоставленные клиентам, но при этом не возвращенные, то есть, считающиеся как убыточные. Если взять статистические данные по кредитам комбанков на май 2024 года, представится следующая картина – 6,4%.

Таким образом, на начало 2024 года данный показатель составил 618,3 млрд сомов, что на 108,3 млрд сомов больше, чем в предыдущем году [85].

В то же время, в отношении суммы денег, размещенных в банковских счетах клиентов также наблюдается динамика в показателях 2024 года, по сравнению с предыдущим. Если в предыдущем году данная сумма составляла 522,1 млрд сомов, то на 2024 год мы наблюдаем динамичную разницу почти в 90,8 млрд сомов. В каких именно секторах банковской деятельности более ярко выражена тенденция динамики можно проследить в данных по:

- юридическим лицам – 201,3 млрд сомов;
- физическим лицам – 184,3 млрд сомов;
- структурам государственного управления – 61,3 млрд сомов;
- нерезидентам – 72,1 млрд сомов;
- иным финансово-кредитным организациям – 3,2 млрд сомов.

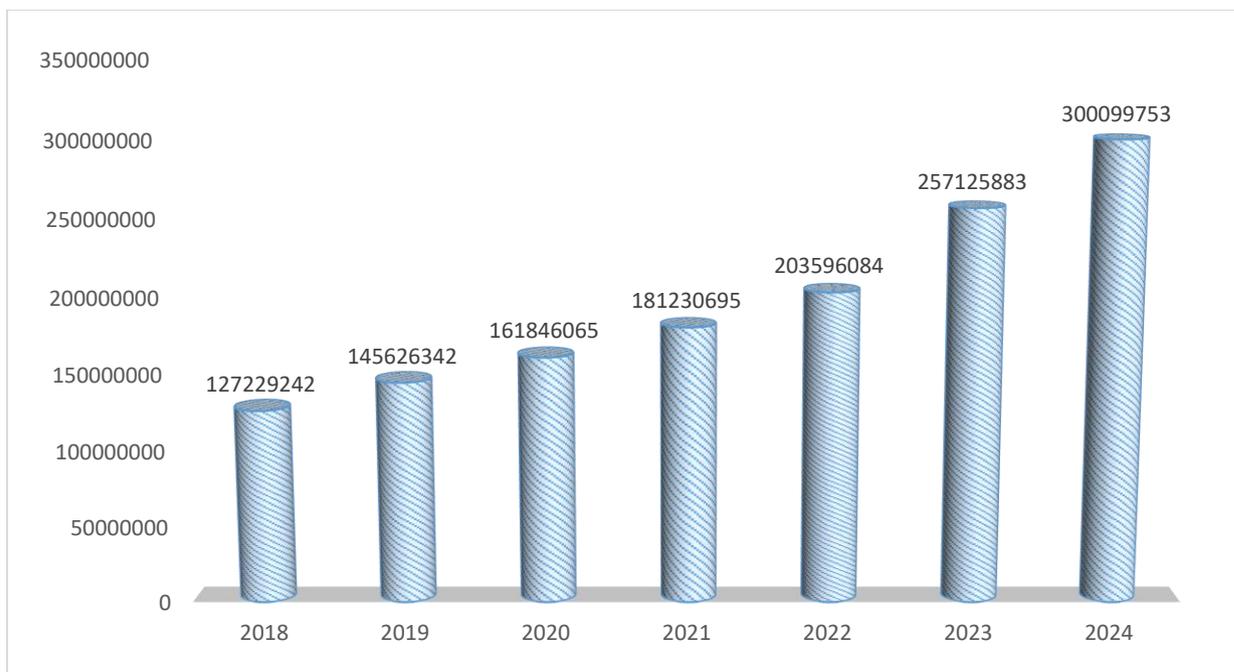


Рисунок 2.5. Динамика объема кредитного портфеля клиентов банковского сектора за период 2019-2024 гг. на конец периода [85]

В депозитных счетах юридических лиц в банках, львиная доля приходится на расчетные счета, такие как срочные депозиты, так как они приносят больший доход. Также, востребованными являются счета до запроса, такая форма депозита является более удобной для клиентов, так как они имеют права снимать деньги со счетов в любое время в любом объеме. В связи с чем, расчетные счета юридических лиц преобладают относительно срочных депозитов и счетов до востребования. В срочных депозитах наибольшая доля сбережений на срок 6-12 месяцев, что не позволяет банкам использовать средства на срок больше этого в полном объеме.

У физических лиц счета до востребования и срочных депозитов имеют примерно одинаковые объемы. У физических лиц в срочных депозитах наибольшая доля принадлежит сроку 6-12 месяцев.

В целом срок 6-12 месяцев и преобладание счетов до востребования у физических лиц говорит о доверии к банковской системе со стороны юридических и физических лиц. Банки исходить в сроках кредитования из сроков

депозитной базы, поэтому экономика республики испытывает дефицит длинных и дешевых средствах.

Кредиты к депозитам на отчетную дату составили 62,5%, а кредиты к активам составили 39,5%.

Основным источником фондирования банковского сектора выступают клиентские средства, составляющие 62% пассивов на 01.03.2024 (63% на 01.01.2024). В их структуре основная доля приходится на корпоративные депозиты, составляющие 49% пассивов на 01.02.2024 (48% на 01.01.2024). В целом структура клиентских средств и уровень средневзвешенной процентной ставки по депозитам с 01.01.2023 характеризуются относительной стабильностью. Доля средств в иностранной валюте в 2023 году выросла с 48,3 до 49,3% совокупного объема депозитной базы [85].

Показатель суммы кредитов, выданных в иностранной валюте (в данном случае в долларах США) определяет уровень долларизации кредитного портфеля банков Кыргызстана, за искомый период, который составил более чем 21%. Тот же показатель, теперь депозитной базы составил 43,2%. Правительство с 2019 года проводит мероприятия по дедолларизации экономики. Однако со стороны НБКР не рассчитывался уровень долларизации, ниже которого показатель не снизится [85].

Определяемый как сумма первого и второго уровней капиталов чистый суммарный капитал (ЧСК) является своего рода финансовым барометром, отражающий весь объем банковского капитала всей страны, или же определенного региона. Этот показатель играет важную роль в расчете, установленных Национальным банком экономических нормативов. Если данный показатель за искомый нами период, то есть в 2024 году составил 110,0 млрд сомов, то на конец предыдущего года он достигал всего лишь 106,3 млрд сомов.

Современные процессы глобализации оказывают значительное влияние на развитие мировой экономики, в том числе в банковской сфере. Таким образом, привлечение иностранного капитала в данном случае, служит определяющим фактором в достижении положительных результатов. Так, в 2024 году данный

показатель достигал 12,2 млрд сомов, это почти 18%, данный же показатель в предыдущем году в процентном соотношении достиг отметки 20,3%.

В случае неплатежеспособности заемщиков, функцию, своего рода гаранта в банковской системе играет коэффициент достаточности суммарного капитала, который в 2024 году достиг 22,3% рубежа, в то время как тот же показатель за предыдущий год имеет более или менее значимый отрыв – 24,8%.

Как известно, инвестирование (как внутреннее, так и извне) сопровождается определенными рисками. Поэтому, прежде чем вкладывать в ту или иную отрасль экономики инвестор должен быть уверен, что его вложения окупятся, в связи с чем он применяет рычаги воздействия на данный процесс в виде применения различных механизмов, к числу которых можно отнести также коэффициент левеража. Таким образом, формула эффективности привлечения инвестиций при нормативе 12,0%, рассматриваемый нами коэффициент левеража в 2024 году достиг 12,3%, когда тот же показатель за предыдущий год составил 12,4%, при этом норматив коэффициента левеража не превысил 6,0% порога [85].

Выявление коэффициента банковской ликвидности по сути, является ответом на вопросы, связанных с управлением банком, то есть определяется уровень финансовой безопасности банковской системы. Чем выше проценты коэффициента ликвидности, тем безопаснее система. За искомый период данный показатель в Кыргызской Республике почти составил 77,5%, когда за 2023 год тот же показатель достигал 78,8%, это при нормативе 45,0%. Можно узреть большую разницу коэффициента ликвидности банковской системы.

Как известно, чистая прибыль той или иной компании определяется разницей между выручкой и расходами, то есть, определяется формулой ROA. Это позволяет дать объективную оценку использования активов компании. Если доходность активов банков КР за искомый период (2024 год) составила 4,3%, то тот же показатель за предыдущий год достигал 4,4%. А прибыль банковского сектора, после вычета всех расходов, исходя из первоначального капитала (ROE)

за 2024 год составил около 30%, когда тот же показатель за предыдущий год достигал 32,4%.

Предоставление финансового посредничества является одним из важнейших аспектов экономики во всем мире. В этом отношении, показатели финансового посредничества банковского сектора Кыргызстана за искомый период, то есть за 2023 и 2024 годы, в зависимости от вида операций имеют следующие показатели, данные таблицы 2.2.

Таблица 2.2 - Показатели финансового посредничества банковского сектора КР за 2023–2024гг.

ВВП	2024г (в%)	2023г (в %)
активы	55,8	50,0
кредиты	21,6	21,0
депозиты	40,0	35,1

Источник: таблица составлена автором, по материалам исследования.

Акционерный капитал, или же, говоря иначе, собственный капитал акционеров банков КР составил 68,8 млрд сомов (май, 2024 г) [85;88]. Банковский капитал с 01.01.2023 стабильно составляет порядка 17% пассивов (на 01.01.2022 – 14%).

Интеграционные процессы, имеющие место в мировой экономике, лишний раз подчеркивают важность вопроса об иностранных инвестициях в национальную банковскую систему той или иной страны. Привлечение иностранного капитала в банковскую систему страны является своего рода ключевым инструментом развития банковского сектора. Иностранные инвестиции в уставной капитал банковского сектора КР составляет 12,2 млрд сомов/0,1 млрд долларов (20,3%). При этом, коэффициент достаточности (адекватности) суммарного капитала является одним из основных экономических нормативов, оказывающий непосредственное воздействие на развитие деятельности банковской системы в целом. Данный показатель на

период начала марта 2024 в Кыргызстане находится на уровне 25%, при регуляторном минимуме 12%. Коэффициент леверджа (отношение чистого суммарного капитала к суммарным активам банка) по банковскому сектору составил 16% (на 01.01.2024 – 12%) при регуляторном минимуме 6%.

Национальный банк Кыргызской Республики принял решение с 01.07.2024 определить минимальный размер уставного капитала для коммерческих банков на уровне 800 млн сомов. Таким образом, учитывая данные на начало 2024 года, есть необходимость у комбанков (в данном случае речь идет о пяти банках Кыргызстана) республики увеличить собственный акционерный капитал до уровня, установленного регулятором [85].

Оставшиеся у банка после распределения между акционерами активы, их также называют нераспределенной прибылью банков в середине весны 2024 года составила почти 25 млрд сомов.

Таким образом доходность:

Активов банковского сектора (ROA)		Вложенного капитала (ROE)	
2023г	2022г	2023г	2022г
4,4%	5,9%	32%	43%

Снижение уровней рентабельности отражает значительные темпы роста совокупных активов и капитала. Показатели чистой процентной маржи и спреда (разница между процентными ставками получения и размещения средств) демонстрируют слабую волатильность и по итогам 2023 года составили соответственно 7,8 и 7,4%.

В настоящий момент Правительство Кыргызстана провело капитализацию государственных банков, уровень превзошел капитализацию частных коммерческих банков.

Статистические данные за 2023 год показали, что прибыль в размере 24,2 млрд сомов (0,3 млрд долларов), полученная за 2023 год в сфере банковской деятельности, заметно (на 4,3%) превысила показатели за 2022 год. Позитивной тенденцией банковского сектора является смещение преобладающего

компонента финансового результата с непроцентных (обусловленных преимущественно колебаниями валютного рынка) на процентные доходы и восстановление резервов по кредитным операциям при относительно крупном их формировании в 2022 году. Также в 2023 году банки нарастили доходы от комиссионных услуг с 8,9 до 12,7% совокупного объема доходов банковского сектора.

Доходность системы банковской деятельности на 2023 год составила 4,4%, когда те же показатели за 2022 год достигли 5,9%. При этом, доходность на вложенный капитал (ROE) в 2023 году составил 32%, когда за предыдущий год данный показатель достигал 43%. Снижение уровней рентабельности отражает значительные темпы роста совокупных активов и капитала. Показатели чистой процентной маржи и спреда (разница между процентными ставками получения и размещения средств) демонстрируют слабую волатильность и по итогам 2023 года составили соответственно 7,8 и 7,4%.

Таким образом, динамика ключевых показателей рентабельности и маржинальности банковского сектора свидетельствует о постепенной стабилизации финансовых условий, несмотря на снижение доходности активов и капитала, обусловленное увеличением совокупных объемов активов и капитала.

2.2. Анализ тенденций развития банковской экосистемы стран ЕАЭС

В последние годы банковская экосистема стран Евразийского экономического союза (ЕАЭС) демонстрирует значительные изменения, обусловленные как внутренними, так и внешними факторами. Сравнительный анализ тенденций развития банковских систем в этих странах показывает, что несмотря на общие черты, такие как стремление к цифровизации и внедрению инновационных финансовых технологий, каждая страна имеет свои уникальные особенности. Например, в России наблюдается активное развитие финтех-компаний и интеграция с традиционными банками, в то время как в Казахстане акцент делается на улучшение финансовой доступности и поддержку малого и

среднего бизнеса. Кыргызстан, в свою очередь, сталкивается с вызовами, связанными с ограниченной финансовой грамотностью населения и недостаточной капитализацией банков. Эти различия подчеркивают необходимость адаптации стратегий развития банковской экосистемы в зависимости от специфики каждой страны, что, в свою очередь, может способствовать более эффективному взаимодействию и интеграции в рамках ЕАЭС.

Интенсивность интеграционных процессов является одним из ключевых условий ведения бизнеса. Договор об экономическом сотрудничестве в рамках ЕАЭС позволило расширить границы сотрудничества между странами-участницами. Но при этом, в развитии финансовой отрасли стран ЕАЭС наблюдаются существенные проблемы финансовой интегрированности. В отличие от других секторов сотрудничества (к примеру, торгово-экономических, культурных, политических) в области финансовой интеграции развитие в значительной степени имел замедленную динамику. Такое явление лишний раз доказывает, что «финансовый сектор является важным этапом интеграции, который позволит участникам ЕАЭС использовать новые возможности и привлекать дополнительный капитал» [46]. Созданием единого Евразийского экономического союза открылись новые возможности по изучению различных аспектов финансовых рынков стран ЕАЭС. Государственная внешнеэкономическая политика стран-участниц развивалась в рамках соответствующих государственных программ, в том числе программы «Развитие внешнеэкономической деятельности» КР [6].

В рамках договоренности стран ЕАЭС обозначены также вопросы по созданию общего финансового рынка. Несмотря на решительные меры по их осуществлению, в данном направлении ощутимых положительных результатов мало. К числу предпринятых мер по улучшению финансовой интеграции между странами-участницами, можно отнести также, создание благоприятных условий для сотрудничества в банковской сфере. В связи с чем в «Договоре об

Евразийском экономическом союзе» предусмотрено комплексное решение соответствующих задач. А именно:

- привести в соответствие все требования по упорядочению механизмов управления;
- урегулирование деятельности рынка ценных бумаг на территории всего Союза: установить единую для всех стран-участниц процедуру страхования банковского сектора;
- предоставление различных услуг в финансово-банковской сфере для осуществления деятельности на всей территории ЕАЭС;
- создание благоприятных условий по сотрудничеству административных уполномоченных органов членов Евросоюза [47].

В рамках ЕАЭС разработаны институциональные базы, используются мировые передовые опыты и практики, в целях ускорения процессов цифровизации отраслей экономики, в том числе, банковского сектора. Говоря иными словами, выработаны единые для всех участниц Евросоюза правила по цифровой трансформации экономики.

Таблица 2.3 — Институциональные показатели национальных банковских систем стран ЕАЭС [88,87,89,86,90]

Показатель	Армения	Беларусь	Казахстан	Кыргызстан	Россия
Общее количество банков, ед.	17	24	27	21	442
Количество банков под контролем других стран ЕАЭС, ед.	2	5	4	2	3
Доля банков под контролем других стран ЕАЭС в общем количестве банков, в процентах	11,76	20,83	14,81	8,33	0,68
Представительства банков в других странах ЕАЭС, ед.	1	0	1	0	6
Филиалы банков, ед.	551	17	301	323	623
Обеспеченность населения подразделениями банков, ед	19,19	0,44	1,76	5,32	0,73
Концентрация активов, млрд. долл. США	0,72	1,61	2,60	0,15	3,53
Концентрация собственного капитала, млрд. долл. США	0,10	0,08	0,35	0,03	0,37
Индекс по блоку (I62)	8,43	5,15	7,97	3,67	14,78

А именно, формирование цифровой экономики Евразийского экономического содружества, где предусмотрены применение механизмов внедрения цифровых инноваций, регулирование финансового рынка и защита киберпространства.

В представленной выше таблице 2.3 приведены данные, которые отражают важнейшие институциональные характеристики национальных банковских систем. Эти показатели позволяют подробно проанализировать их структуру, функциональность и динамику развития, служит основой для глубокого понимания текущих тенденций и проблем в банковской сфере.

Банковская система для государства является своего рода ядром, осуществляющим жизнедеятельность экономики. Если взять на Евразийском экономическом пространстве по количеству банков, безусловно, на первом месте стоит Российская Федерация. Этому есть разумное объяснение, это, во-первых, преимущество по количеству населения и занимаемой территории. Это при том, что за последние годы, проводимая политика государства в банковской сфере привело к значительному сокращению организаций, занимающихся кредитной деятельностью. Учитывая тот факт, что уровень развития экономики страны непосредственным образом связана с развитой деятельностью банковского сектора, государство уделяет большее внимание на расширение деятельности по всей территории страны, в результате, образуются филиалы различных комбанков в отдаленных районах. Относительно России, несмотря на усовершенствованную систему банковского сектора, темпы развития филиалов банков по стране имеют умеренную динамику. Такое явление может быть обусловлен тем, что на периферийных территориях России острой необходимости в услугах банковского сектора не ощущается. Это один из самых низких показателей обеспеченности населения отдаленных территорий филиалами банков по всей территории ЕАЭС. Это лишний раз доказывает, что Россия делает упор на развитие своих банков.

В Армении же, наоборот, на территории республики более развита сеть филиалы банков, нежели сами банки. Решению вопроса обеспечения населения,

в том числе региональных жителей таким образом, имеет эффективные результаты. Такой подход обеспечил Армении показать ощутимый разрыв от остальных стран-участниц Евразийского экономического союза.

Не менее важен тот факт, что в Республике Беларусь, по сравнению скажем, с Россией, можно считать что филиалов банков на территории республики почти нет. По обеспеченности банковскими услугами население Беларуси занимает почти последнее место среди стран-участниц ЕАЭС.

Таким образом, особо не наблюдается активной деятельности банков стран-партнеров на территории друг друга, тем самым, они не оказывают существенного влияния друг на друга. В регионах Беларуси представлено больше иностранных банков. И по численности, и в процентном соотношении, данный показатель значительно превышает других членов Евросоюза, к примеру России. То есть, данный факт свидетельствует об открытости банковского сектора Беларуси для иностранных банков (это – 5 банков, более чем 20%). Такой показатель также обусловлен необходимостью заполнения территориальных пробелов банковского сектора в стране.

В России же присутствуют, в отличие от Беларуси, количество иностранных банков меньше (3 банка). При этом, на фоне банковской системы Российской Федерации, их присутствие не ощутимо. Стоит отметить, что есть необходимость формирования и развития финансового пространства на территории ЕАЭС. Такой подход способствует решению вопроса регулирования банковской деятельности во всех странах – членах Союза, то есть действуют не разрозненные, а единые правила для всех стран-участниц без исключения. Но, при этом, на данный момент отсутствуют общепринятые стандарты, методика введения финансовой деятельности и их сравнения в каждой стране. Не разработаны механизмы определения показателей, выявляющая изъяны и преимущества банковского законодательства того или иного государства.

Особенно характерными для стран ЕАЭС является процесс, при котором отслеживается динамика укрупнения и вытеснения отдельных банковских структур, что ведет к концентрации активов и капитала. Такой процесс остро

ощущается в Российской Федерации и Казахстане. Основными игроками остаются банки с государственным участием, что ограничивает гибкость, но повышает устойчивость банковской системы. Наднациональное регулирование цифровой экономики в рамках ЕАЭС пока остается ограниченным и слабо охватывает финансовые рынки и защиту киберпространства. Эти факторы подчеркивают необходимость усиления координации в регулировании.

Уровень цифровизации свидетельствует об экономическом развитии страны. В связи с чем, важно формирование экосреды цифровой экономики, что требует разработки и внедрения комплексных решений. На сегодняшний день предприняты соответствующие меры по формированию экосреды цифровой экономики ЕАЭС. Можно выделить следующие этапы:

Базовый (2016-2018). Который включает три ключевых аспекта, связанных с цифровизацией и регулированием финансового рынка: разработка стратегических программ; разработка механизмов, в области регулирования финансового рынка; создание кибербезопасности в регулировании банковской деятельности в рамках соглашений между центральными банками.

Первый (с 2019 г. – по сей день). Более углубленные и расширенные представления о направлениях цифровизации. Выявления проявления результатов цифровизации в различных сферах экономики. Такой подход дает возможности стимулированию различных секторов экономики и создания соответствующей инфраструктуры. Но, к сожалению, вопросы регулирования финансового рынка пока остаются неразработанными.

Регулирование процесса цифровизации банковского сектора, или же других отраслей экономики в рамках Евразийского экономического союза осуществляется не структурными подразделениями данного союза, а такими госорганами как Центральный банк и др.

На сегодняшний день все большую актуальность обретает подходы к применению нестандартных финансовых услуг. В связи с чем, создание финансовой экосистемы способствует повышению конкурентоспособности финансово-кредитных организаций в банковском секторе. Среди прочих банков

стоит отметить те банки, которые имеют определенные структурные и функциональные особенности, это: ПАО Сбербанк, АО «Тинькофф Банк», Каспий, Мбанк.

Если говорить о банковской экосистеме «ПАО Сбербанк», то мы можем увидеть четко налаженную работу, осуществляемую в рамках модели lifestyle banking (стиль жизни). Данный подход означает, что среди клиентов банка преобладают физические лица. Также, он предоставляет возможности физическим лицам – клиентам банков проводить анализ, своего рода, мониторинг своего финансового потенциала [92].

Начиная с 2016-2017 годов Сбербанк начал осуществлять процедуры по внедрению цифровых технологий в банковскую систему.



Рисунок 2.6. Динамика основных финансовых показателей Сбербанка России на – 2023 годы [92].

Чистый процентный доход и операционный доход стабильно росли, достигая максимума в 2023 году, что свидетельствует об увеличении кредитной активности и улучшении управления активами. Чистая прибыль после спада в 2022 году значительно выросла в 2023 году, что указывает на успешное

восстановление и оптимизацию деятельности. Капитал банка также демонстрирует устойчивый рост, отражая укрепление его финансовой базы и надежности (рисунок 2.6).

Взять, к примеру, крупнейший не только в России, но и в Восточной Европе объединение Сбербанк, клиентская база которого исчисляется миллионами. Вся клиентура достигает почти 115 млн, из них более 96 % приходится физическим лицам, а юридические лица достигают почти 4%. По размеру своих активов Сбербанк входит в лучшую десятку мировых лидеров [87].

Сбербанк самый востребованный среди потенциальных клиентов, о чем свидетельствуют многотысячные отделения и филиалы, также банкоматы, расположенные на территории всей России. В связи с сложившимися геополитическими обстоятельствами в мировом сообществе, несмотря на определенные притеснения зарубежных цифровых систем, желающие скачать мобильное приложение Сбербанка, с каждым разом увеличиваются. На сегодняшний день количество мобильных клиентов Сбербанка достигает почти 82 миллионов. Это при том, что Сбербанку пришлось свернуть свою деятельность на территории европейских государств (таких как Австрия, Германия и др.), в целях безопасности. Были проданы все дочерние филиалы, но при этом, ареалы всей деятельности Сбербанк намерен расширять на Ближнем Востоке и в других континентах. При этом, филиалы Сбербанка благополучно осуществляют свою деятельность на территории Китая.

Как известно, на сегодняшний день эффективными механизмами осуществления банковской деятельности (как во всех сферах жизнедеятельности) являются цифровые экосистемы банков. Применение такого рода способа обслуживания гораздо увеличивает и облегчает осуществление финансовых услуг, значит, повышается и качество обслуживания клиентов, так как применение цифровых программ способствуют быстрому и качественному обслуживанию клиента на любой точке мира. Таким образом, на основе применения бизнес-модели B2G, осуществляется тесное сотрудничество банковского сектора страны с государством. Тому свидетельством служит тот

факт, что Сбербанк активно принимает участие во всех проектах и программах Правительства РФ, по совместному урегулированию соответствующих задач.

Экосистема Сбербанка включает обширный спектр как финансовых услуг – банковских операций, кредитовых, P2P, страхования и инвестиций (СберОнлайн, СберИнвестор, СберСпасибо, SberPay), так и нефинансовых услуг – е-медицина (СберЗдоровье), образование (СберКласс, СберУниверситет), сфера общественного питания (СберФуд, Самокат), сделки с недвижимостью и ипотека («ДомКлик», СовТех), сфера электронной коммерции (отдельный холдинг «СберМаркет»), сектор развлечений и отдыха (Рамблер-Касса, Союзмультфильм), транспорт (СберАвто, 2ГИС, Осаго-онлайн и др.), сфера ИТ-технологий (Сбер ID, ИТ-технологии распознавания лиц, SberBox – умный дом и др.). В бизнес-секторе экосистемы банка B2B развиваются такие сервисы, как магазин SberB2B, СберЛизинг, СберФакторинг, СберРешения, аутсорсинг бухгалтерии и бизнес-процессов, платформа торговли ЦФА и т. д.

Как видно, Сбербанк не просто банк, осуществляющий финансовые операции, также он выступает в роли универсальной онлайн-платформы, где собраны различные цифровые серверы. Интеграция, автоматизация, гибкость, доступность, безопасность – вот что движет Сбербанком при осуществлении своей деятельности, относительно к своим клиентам.

На сегодняшний день нейросети умеют почти все. Технологии на базе искусственного интеллекта охватывают в свои сети почти все отрасли жизнедеятельности, в том числе банковский сектор. Кредитные организации на сегодняшний день в своей деятельности во всю используют искусственный интеллект. К примеру, ИИ помогает за считанные минуты может вычислить платежеспособность клиента, что ускоряет процесс рассмотрения заявления при получении кредита. Теперь в банковской сфере применения от отправки анкеты до получения ответа проходит несколько минут.

Сбербанк входит к числу таких банков. В экосистеме которого задействованы голосовые помощники и виртуальные ассистенты, так называемые, Афина и Джой. Нейросети разрабатывают специальные программы

относительно клиентам по их возрастной категории. К примеру, задействована программа GigaChat, которая направлена исключительно на молодежь. Разработанная с учетом их интересов, данная программа смогла за короткий срок привлечь миллионных клиентов.

Потенциал цифровой экосистемы Сбербанка огромен, на данный момент банк сотрудничает более чем 60 отечественными и зарубежными партнерами, как в сфере финансовых и нефинансовых услуг. По прогнозам соответствующих служб к 2030 годам доход Сбербанка приблизительно может вырасти почти на 25% относительно сегодняшних показателей.

Несмотря на внушительные показатели Сбербанк не ограничивается своими достижениями. Интегрируясь в современный мировой экономический процесс банк осуществляет различные программы и проекты, проводит различные реформы. К примеру, экосистема B2G теперь разделена на B2C и B2B, в зависимости от клиентской базы.

В рамках экосистемы банка одни сервисы приобретаются («Яндекс.Деньги»), а другие из-за санкций распродают – такси «Ситимобил», кинотеатр «Окко», СберЗвук, «Кухни на районе», Delivery Club и др.

Как видно, цифровые технологии положительным образом отразилось на функционировании всей экосистемы Сбербанка: клиентская база превалирует за миллионы; Сбербанк входит в лучшую десятку мировых лидеров; банк оказывает как финансовые, так и широкий набор нефинансовых услуг; имеет широкий спектр отечественных и зарубежных бизнес-партнеров; расширяет ареал услуг; активно внедряются достижения передовых цифровых технологий, к примеру геоплатформа B2G; успешно осуществляются совместные с государством инициативы и проекты; сохраняет высокий международный статус по уровню активов банка.

Еще одним примером применения дистанционного обслуживания своих клиентов является АО «Тинькофф Банк» [93]. С того момента, как банк разработал и внедрил собственную цифровую экосистему как цифрового банка в банковский сектор России (это конец 2017года), он достиг небывалых

результатов. На сегодняшний день Тинькофф Банк является одним из лидеров в инновационной системе онлайн-провайдеров финансовых услуг как на российском, так и зарубежных рынках банковских услуг.

Розничных отделений АО «Тинькофф Банк» не имеет, при этом, деятельность банка осуществляют более чем 1000 индивидуальных представителей банка. Среди клиентской базы банка (это, примерно около 21 млн. клиентов) более чем 94% приходится физическим лицам.

Геополитические условия также оказали влияние на динамику деятельности банка, в связи с введенными санкциями, банк потерял возможности совершать зарубежные трансакции, на данный момент активно сотрудничает с другими российскими банками и платежными сервисами.

Цифровая экосистема в банковской сфере Казахстана относительно других зарубежных банковских систем имеет формирующееся положение. Лидером в данном поприще в Казахстане «брендом» считается Kaspi [94]. Изначально сформированный как банк Kaspi, на сегодняшний день является экосистемой международного масштаба. В комплекс услуг, оказываемых банком входят такие платформы как: маркетплейс, рекламная площадка, обслуживание в сфере онлайн-туризма и др. Платежная система банка заслуживает названия «гибкий», так как она доступна и легка в обращении, что привлекает больше клиентов. Предлагаемый маркетплейс для клиентов, также разработан с учетом их интересов. Применение данных сегментов привело к высоким темпам развития банка. Преимущество маркетплейса заключается также в том, что, если за 2023 выручки банка поднялись на 50%, то маркетплейс прибавил 87%.

Чистый процентный доход и операционный доход демонстрируют стабильный рост, отражая укрепление позиции банка на рынке. Чистая прибыль значительно увеличилась к 2023 году, что может быть связано с ростом эффективности операционной деятельности и снижением затрат. Капитал банка также растёт, свидетельствуя о повышении устойчивости и способности к долгосрочному развитию (рисунок 2.7).



Рисунок 2.7. Динамика основных показателей KaspiBank Казахстана (2019 - 2023 гг.) [94].

Тот Каспий, которого мы привыкли сегодня принимать, стал формироваться с середины 2000-х годов. В начале банк Каспийский занимался корпоративным кредитованием, он обслуживал крупные компании, то есть, ориентировался на розничном сегменте. Постепенно, процесс достиг своего апогея, и компания полностью преобразовалась. Достижение успехов для банка стало возможным через развитие цифровых технологий. Таким образом, Kaspi трансформировался из коммерческого в розничный банк, иными словами, банк осуществлял свою деятельность как экосистема. Банк разрабатывал и внедрял в систему новые продукты, одним из них является Kaspi Red, где потребитель может обрести товар в рассрочку. Удобный, гибкий, доступный, безопасный, быстрый – вот главные достоинства Kaspi банка, благодаря которым, он смог создать соответствующую инфраструктуру по обслуживанию клиентов, благодаря чему, из 20 миллионного населения страны более чем 14 млн являются клиентами Kaspi Bank, в 2018 году банк запустил P2P-переводы (рисунок 2.8).



Рисунок 2.8. Схема работы P2P-переводы Kaspi Group [94].

Платформа Kaspi Bank смогла объединить в себе целый маркетплейс: онлайн-платежи, P2P-переводы, управление личными финансами и онлайн-шопинг с доставкой. Внедрение Kaspi бесплатной онлайн-оплаты стало настоящим прорывом для Казахстана. Компания также внедрила терминалы для оплаты счетов, где расчет происходил через считывание QR с экрана. Позже маркетплейсы создавали и другие банки, но к уровню Kaspi никто не приблизился.

Чистая прибыль Kaspi на середину 2024 года составила 466 млрд тенге. Пока данная компания лидирует в банковской система страны. Все банки получают выгоду, лишь Kaspi удалось преувеличить свои доходы, благодаря внедрению развитой цифровой экосистемы.

В отличие от банковских систем ведущих стран ЕАЭС, банковская система Кыргызстана находится на стадии формирования собственных экосистем. На банковском рынке обозначились лидеры цифровой трансформации, имеющие потенциал дальнейшего охвата своими услугами. К ним можно отнести ОАО «Коммерческий банк Кыргызстан» с брендом МБанк (далее – МБанк), ОАО «Халык банк Кыргызстан» с брендом О!Банк (далее – О!Банк), ОАО «Бакай Банк», ОАО Банк «Бай-Тушум». Данные банки находятся на стадии формирования собственных экосистем, которые включают свои цифровые платформы; сети торгово-сервисных предприятий; образовательные учреждения.

МБанк является наиболее активным участником рынка, проводит агрессивную маркетинговую политику, осуществляет демпинг цен на рынке банковских услуг. МБанк обеспечил дополнение к своей банковской деятельности клиентскую среду и продолжает расширять сеть торгово-сервисных предприятий «Азия» и прочих крупных, средних и малых предприятий и предпринимателей [95].

В соответствии с официальной отчетностью данный банк в настоящее время в своей деятельности имеет наибольшую долю показателей доходности за счет обменных операций, активно работает с ценными бумагами, а расходы по деятельности цифровой платформы компенсируются от вышеуказанных источников доходов.

Согласно отчету о прибылях и убытках и прочем совокупном доходе за период 2023 года. Операционные доходы банка составили 7,2 млрд сомов, из которых Чистый доход по операциям с иностранной валютой составляет 6,8 млрд сомов. В то же время Чистый процентный доход банка составил 3,1 млрд сомов. Таким образом МБанк, являясь монопольной экосистемой на банковском рынке Кыргызстана не формирует в настоящее время базу под доходы от кредитования, используя собственную цифровую платформу – программного обеспечения, сеть ПОС-терминалов, банкоматов, QR-код, популярное банковское приложение; сеть торгово-сервисных предприятий и IT-образовательных учреждений. Маркетинговая стратегическая задача МБанка заключается в расширении сети от крупных до средних и малых предприятий и предпринимателей, торгово-сервисных предприятий для обеспечения охвата внутри сети платежей посредством ПОС-терминалов с функцией ККМ, пластиковых карт, QR-код платежей с целью удешевления средней стоимости транзакций, освобождаясь от международных комиссионных платежей и с целью дальнейшего перемещения предложения кредитов для всех вовлеченных участников и, тем самым, смещения источников формирования доходов от операционной деятельности к процентным доходам за счет расширенного кредитования.

Необходимо отметить, что факт монополизации рынка для МБанка не имеет прецедента нарушения законодательства в силу того, что МБанк, в общем-то, снижает комиссию внутри своей сети несмотря на то, что это является демпингом для остальных участников банковского рынка. В мировой практике имеется прецедент с компанией Гугл, которая монополизировала мировой рынок услуг интернет поиска, когда данная компания, снизив свои тарифы, обеспечивает удешевление своих услуг и законодательно это является приемлемым преимуществом.

На основании опыта банковской системы, к примеру, МБанка наблюдается сращивание цифровых инструментов с сетями торгово-логистических сетей и образовательных учреждений.

В частности, сеть торгово-логистических сетей “Азия” во взаимодействии с МБанк обеспечивают увеличение товарооборота за счет финансирования стимулирования спроса со стороны физических лиц. Техническое обеспечение электронных платежей МБанк, обеспечивается процессингом российских производителей, головная организация которой попала в 2024 году в санкционный список западных стран. Тем не менее, МБанк расширяет свои маркетинговые услуги на маркетплейсе приложения МБанк, формирует преимущества перед другими банками республики.

Анализируя финансовые показатели МВАНК за 2019 - 2023 годы, можно выделить несколько ключевых тенденций, которые показывают существенный рост и трансформацию банка в Кыргызстане [95].

Чистый процентный доход в 2021 году чистый процентный доход составлял 113 083 сом, а к 2023 году он увеличился до 3 278 201 сом. Это свидетельствует о значительном росте доходности от процентных операций. Основным драйвером такого увеличения могло стать активное кредитование и привлечение депозитов. Такой скачок может указывать на расширение клиентской базы и увеличение объема выданных кредитов. С 2021 по 2023 год комиссионные доходы также значительно выросли — с 576 108 сом до 3 139 468 сом. Это подтверждает активное развитие не только традиционных, но и

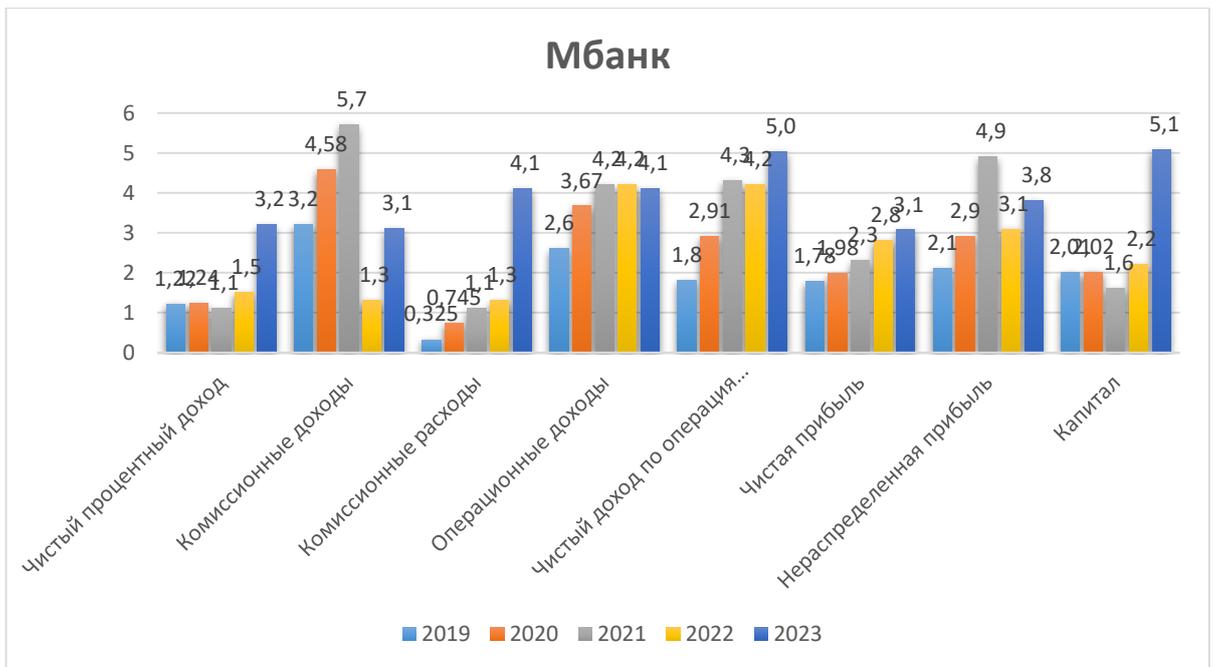
цифровых банковских продуктов, таких как онлайн-платежи, переводы, услуги по эквайрингу, и, вероятно, запуск дополнительных продуктов для предпринимателей (например, MKassa). Увеличение комиссионных доходов может также свидетельствовать о расширении спектра банковских услуг и росте доверия клиентов.

В 2023 году появились комиссионные расходы в размере 4 013 911 сом, что может указывать на расширение деятельности банка в сфере платежных систем, увеличенные операционные издержки по новым продуктам или интеграции сторонних платежных сервисов. Операционные доходы с 2021 по 2023 годы выросли с 424 065 сом до 4 150 345 сом, что показывает эффективное управление активами и успешные вложения в расширение бизнеса. Высокий рост доходов также свидетельствует о том, что MBANK смог адаптироваться к изменяющимся условиям рынка, возможно, за счет более высоких доходов от операций с валютой, эквайринга или инвестиций в цифровые продукты [85].

Доходы от операций с валютой увеличились с 426 096 сом в 2021 году до 5 сом в 2023 году, что, вероятно, связано с активными валютными операциями и выгодными курсовыми разницеми. Это могло быть связано с увеличением международных переводов, запуском услуг типа Visa Direct или ростом спроса на валютные депозиты и кредиты.

Чистая прибыль выросла с 296 323 сом в 2021 году до 3 738 847 сом в 2023 году, что отражает значительный рост доходности банка и успешное управление операциями. Это может быть связано с ростом комиссионных доходов, эффективным управлением активами и снижением издержек благодаря цифровизации услуг.

Капитал банка также демонстрирует резкий рост — с 1 936 748 сом в 2021 году до 5 012 952 сом в 2023 году. Это может свидетельствовать о притоке новых инвестиций, увеличении прибыли и успешной реализации стратегии наращивания активов.



Р

и

с MBANK демонстрирует впечатляющий рост в ключевых финансовых показателях за последние три года (рисунок 2.9.). Банк активно инвестирует в цифровизацию, расширяет линейку продуктов и увеличивает свою долю на рынке. Особенно заметен рост комиссионных доходов и операций с валютой, что может свидетельствовать о стратегическом фокусе на инновационных и международных услугах [98]. Этот рост также может быть связан с общими трендами в банковской сфере Кыргызстана, такими как увеличение спроса на онлайн-услуги, расширение малых и средних предприятий, а также укрепление международных финансовых потоков через страну. MBANK активно инвестировал в цифровизацию и создание своего мобильного приложения на протяжении последних лет, что стало одним из ключевых факторов его успеха.

м Приложение MBANK достигло более 7 миллионов скачиваний и внедрило множество инновационных функций, таких как онлайн-кредиты, переводы, услуги, а также поддержку Visa и другие банковские карты для пополнения счетов. В рамках цифровизации MBANK развивал собственную инфраструктуру, включая новые банкоматы с бесконтактными модулями NFC, а также запуск SmartPOS-терминалов и бесплатных ККМ для предпринимателей. Кроме того,

с

н

о

банк усовершенствовал свои системы безопасности, что позволило повысить скорость обработки данных в несколько раз.

Маркетинговая стратегия MBank основана на концепции Майкла Портера и включает дифференциацию через уникальные онлайн-банковские услуги и фокус на целевых сегментах, таких как молодежь и малые предприятия. Это достигается через специализированные предложения и маркетинговые кампании, направленные на привлечение этих групп клиентов. Эти подходы помогают MBank укрепить свою позицию на рынке и создать лояльность среди клиентов.

Так же для анализа маркетинговой политики банковского сектора Кыргызской Республики важно учитывать результаты внедрения и развития инструментов, таких как POS-терминалы, пластиковые карты, международные платежные системы и QR-коды. Эти инициативы способствуют значительному увеличению денежного и товарного оборота, что стимулирует экономическую активность и поддерживает цели Кабинета Министров по активизации экономики и увеличения доли безналичных расчетов и платежей. В контексте ЕАЭС данные процессы демонстрируют важность адаптации маркетинговых стратегий банков к цифровизации и международной интеграции, а также использования передовых технологий для повышения конкурентоспособности.

Общее количество ПОС-терминалов, обслуживающих международные платежные системы с использованием банковских платежных карт, имеет динамику роста, зависит от стратегических целей коммерческих банков по расширению собственной клиентской базы, т.к. держатели банковских пластиковых карт фактически являются владельцами счетов до востребования в банковской системе. На основании информации Национального банка Кыргызской Республики по состоянию на 2023 год объем депозитов Счетов до востребования коммерческих банков составили сумму 166,9 млрд сомов.

Со стороны международных платежных систем VISA (США), Mastercard (ЕС) и UPI (Китай) проводится работа по расширению применения пластиковых карт этих систем. Как игрок рынка, с их стороны внедряется своя маркетинговая

стратегия, в частности, данные международные компании устанавливают комиссионные, которые отличаются по регионам стран мира. В нашей стране, в качестве стимулирования, устанавливаются высокие комиссионные и уровень платежей в сторону данных систем несколько выше, чем принято в Юго-Восточной Азии, Европе и США. Дело в том, что наш рынок сильно меньший по объемам. Необходимо отметить, что, чем выше премиальность пластиковых карт, тем выше комиссионное вознаграждение, тем больше банкам появляется возможность применить их для предоставления скидочных маркетинговых условий для торгово-сервисных предприятий. Это является основой популярности международных платежных систем, в отличие от отечественной платежной системы Элкарт, где комиссионные Национального оператора платежных систем Международного процессингового центра являются минимальными, но стимул финансового вознаграждения отсутствует. Данный факт является преимуществом для потребителей, но не является привлекательным для коммерческих банков.

В части инициативы Кабинета Министров Кыргызской Республики следует отметить, что, в целях увеличения доли безналичных расчетов, прослеживаемости товаров, увеличения налогооблагаемой базы во исполнения Закона Кыргызской Республики «О внесении изменений в Закон КР «О платежной системе Кыргызской Республики» от 10 мая 2024 года № 83 (далее – Закон) и утвержденного в соответствии с Законом постановления Правления НБКР №2024-п-14/60-3-(ПС) «О внесении изменений в постановление Правления Национального банка Кыргызской Республики» «Об утверждении Положения «О банковских платежных картах» в Кыргызской Республике» от 9 декабря 2015 года № 76/8» [85] все коммерческие банки должны интегрировать свои процессинговые центры с Межбанковским процессинговым центром, как Национальным оператором платежных систем. Данный нормы возымеют силу с начала 2025 года и призваны обеспечить общую взаимосвязанность в случае санкционных мер по отношению международных платежных систем, но в то же время, данный механизм обеспечивает возможность локально зациклить все

платежи и снизить комиссионные, причитающиеся международным платежным системам.

В части процессингового взаимодействия между банками необходимо отметить, что каждый коммерческий банк, согласно вышеуказанному законодательству, должен предусмотреть в своих бизнес-планах долю финансирования на цели интеграции. Важно отметить, что не каждый банк имеет собственный процессинговый центр, но имеет возможность прибегать к процессинговым услугам, предоставляемым на отечественном рынке. В 2025 году ряд коммерческих банков завершат установку собственных процессинговых центров и имеют планы по расширению количества ПОС-терминалов и платежных карт в кратном размере. Данные работы трудоемки и финансово затратны, говорят о стратегических планах банков на активную деятельность в своих экосистемах.

Результаты деятельности коммерческих банков, отраженные в официальной статистике, демонстрируют изменения на банковском рынке, которые ранее не имели места.

В частности, наблюдается рост количества банковских платежных карт международных платежных систем в период 2023 года. Процессы, берущие начало с 2017 года, до активизации банков в 2020 году не характеризовались большим количеством распространения ПОС-терминалов, банковских платежных карт, банкоматов. Расширение электронной коммерции в ближнем зарубежье, в США, Китае и Европейском Союзе стимулировали товарный обмен.

На основании приведенной ниже таблицы 2.4, по количеству международных платежных карт VISA и национальной платежной Элкарт наблюдается кратный рост. Коммерческие банки активно выпускают данные международные карты для своих клиентов, что является будущей основой для предоставления кредитования под приобретения в сотрудничающих торгово-сервисных предприятиях.

Таблица 2.4 - Выпуск международных и национальных платежных карт коммерческими банками КР за 2019-2023 гг (количество в шт.) [85].

Элкарт					
Всего					

В 2023 году наблюдается рост количества ПОС-терминалов, обслуживающих международные платежные системы, но данный рост не отличается кратностью. С начала 2023 года количество ПОС-терминалов составило 9267 единиц.

На данное количество платежных карт приходится 62,6 млн транзакций на общую сумму 259,9 млрд сомов. Необходимо отметить, что по объему средств на обналичивается приходится большая доля в сумме 193,4 млрд сомов, чем на расчеты в торгово-сервисных предприятиях на общую сумму 66,5 млрд сомов, хотя количество транзакций в торгово-сервисных предприятиях выше в 2,3 раза. Если в торговых терминалах сумма проведенных платежей по Visa картам составила 43,1 млрд сомов, то по картам Элкарт она более, чем в два раза ниже и составила 20,7 млрд сомов, данные таблицы 2.5.

Таблица 2.5 - Динамика объема операций с использованием банковских платежных карт [85]:

	2019	2020	2021	2022	2023
Объемы платежей по межбанковским платежным системам (ГСРРВ и СПК) (млрд сомов)	3337,1	4121,7	5559,1	10571,7	13988,0
Количества банкоматов и POS-терминалов (единицы)	12 826	13 923	14 977	18 293	25 269
Количества электронных кошельков (тыс. единиц)	1960,3	3505,1	4727,2	5416,1	6483,3

В 2023 году количество платежей в ГСРРВ и СПК по сравнению с 2022 годом увеличилось на 43,7% и 21,3% соответственно. Электронные деньги продолжали оставаться одним из самых удобных и доступных способов оплаты, что способствовало стабильному росту показателей как по числу электронных кошельков, так и по количеству и объему транзакций. Число электронных кошельков увеличилось на 19,7% по сравнению с 2022 годом, достигнув 6483,3 тыс. единиц (рисунок 2.10).

Согласно официальным данным НБКР, в таблице ниже приведены статистические данные об активизации расширения применения международных платежных карт в целом по республике, но со значительным ростом в Нарынской, Таласской и Иссык-Кульской областях. Данный факт демонстрирует экспансию банковских платежных карт в регионах, для того чтобы заключить соглашения с малыми и средними предпринимателями, как расширение клиентской базы коммерческих банков.

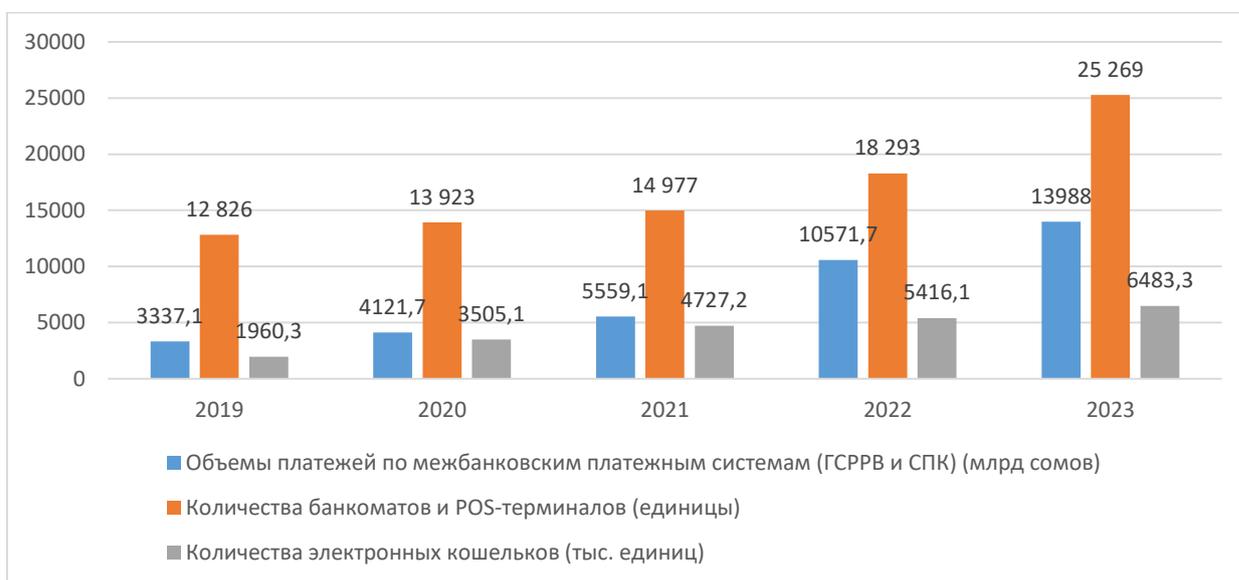


Рисунок 2.10. Динамика платежей по межбанковским платежным системам [85].

Фактическое снижение применения национальной платежной карты является результатом незаинтересованности коммерческих банков, по причине отсутствия стимулирующих маркетинговых предложений со стороны оператора платежной системы.

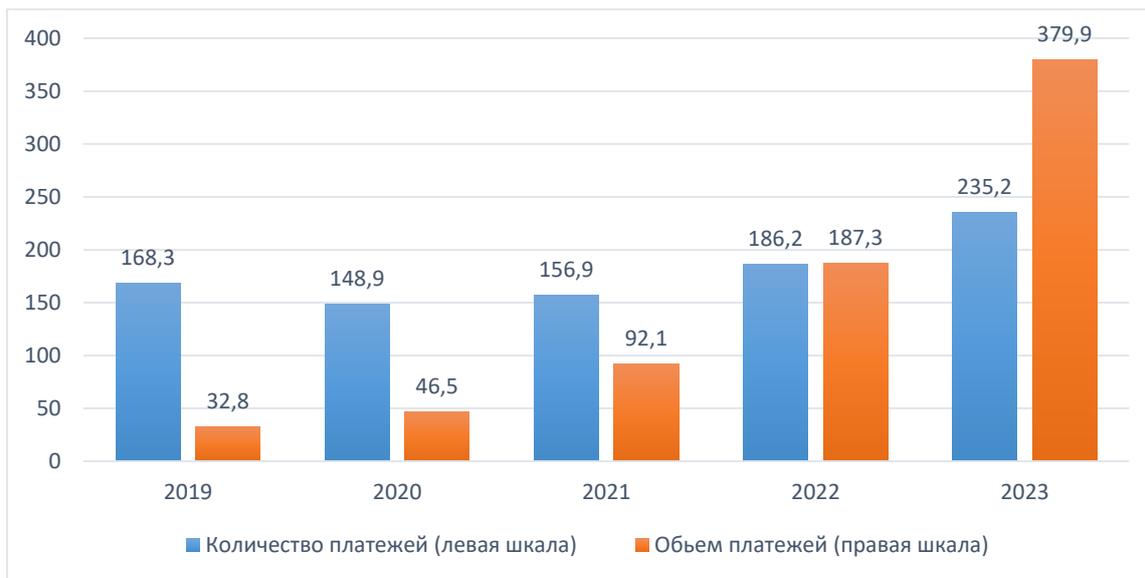


Рисунок 2.11. Динамика количества и объемов платежей, проведенных платежными организациями [85].

В 2023 году общий объем платежей, осуществленных через платежные организации Кыргызской Республики, составил 379,9 млрд сомов, что стало значительным увеличением по сравнению с 2022 годом, когда этот показатель был в два раза меньше (рисунок 2.11). Это свидетельствует о росте доверия и активности пользователей в сфере электронных платежей. Кроме того, количество операций, выполненных через платежные организации, увеличилось на 49,0 млн, что соответствует росту на 26,3%. В итоге, общее число совершенных платежей составило 235,2 млн операций. Этот рост также подтверждает тенденцию к увеличению использования электронных систем оплаты в различных сферах экономики, что отражает более широкое внедрение финансовых технологий в повседневную жизнь граждан.

Отражаемые факты активизации выпуска банковских платежных карт можно сделать прогноз о том, что количество транзакций не будет иметь резкую динамику роста. Динамика роста прогнозируется за счет роста количества выпущенных платежных карт для крупных торгово-сервисных предприятий, как Дордой, Кара-Суйский рынок, а также за счет клиентской базы сотового оператора. В этой части, коммерческие банки, как «О!Банк», Банк «Бай-Тушум»,

«Бакай Банк» формируют собственную экосистему из торгово-сервисных предприятий. Банк «Бай-Тушум» взаимодействует с рынком «Дордой» на котором около 3,0 тысяч клиентов, «О!Банк» имеет доступ к клиентской базе сотового оператора О! около 3,0 млн клиентов. Среди перечисленных банков «Бакай Банк» дорабатывает собственный процессинговый центр, готов агрессивно войти на рынок платежных услуг.

На сегодняшний день во всем мире большее значение обретают безналичные расчёты. Постепенно, наблюдается мировая тенденция вытеснения наличных средств из оборота. Безналичные расчеты демонстрируют отсутствия необходимости обращения наличных средств, подчеркивая необходимость более упрощенных механизмов транзакций, так как такой вид оборота денег более безопасен и способствуют сокращению определенных рисков в денежном обороте, имеет материально выгодную позицию, так как нет необходимости в производстве бумажных купюр, изготовлении монет, их хранения. Понимая важность безналичных платежей в сокращении теневой экономики, Национальным банком КР разработана и внедрена Государственная программа на 2023-2027 годы по постепенному переходу на безналичные платежи и расчеты.

По статистическим данным, за 2024 год с применением карт проведены около 58 млн транзакций. Данные показатели за предыдущий год возросли на , при этом, объем операций вырос на 34,8 процента. При более детальном рассмотрении, мы получим следующую картину:

количество операций по обналчииванию денежных средств	2023г		Первый квартал 2024г	
		21,7 млн транзакций (0,5%)	249,2 млрд сомов (82,3%)	количество операций уменьшилось на 8,4%
количество операций, проведенных через POS-терминалы	36,2 млн транзакций (73,2%)	54,8 млрд сомов (55,2%)	количество операций выросло на 4,3%	объем операций вырос на 8,9%

Проведение платежей и переводов с использованием QR-кодов. По итогам I квартала 2024 года 15 банков (из 23) и 3 операторов платежных систем/платежных организаций обеспечивают межсистемную интеграцию и предоставляют услуги по проведению платежей и переводов посредством QR-кодов. В рамках межсистемной интеграции на конец I квартала 2024 года банками и операторами платежных систем/платежными организациями установлено 48,5 тыс QRкодов в торгово-сервисных предприятиях, в том числе в регионах Кыргызской Республики (рисунок 2.12). В течение I квартала 2024 года через систему оператора взаимодействия проведен 3 933 361 платёж на сумму 3,9 млрд сомов, по сравнению с аналогичным периодом 2023 года показатели увеличились в 92,4 и 42,7 раза соответственно, из них за государственные услуги – 20 542 платежа на сумму 57,3 млн сомов, по сравнению с аналогичным периодом 2023 года рост составил 4,4 и 6,7 раз соответственно.

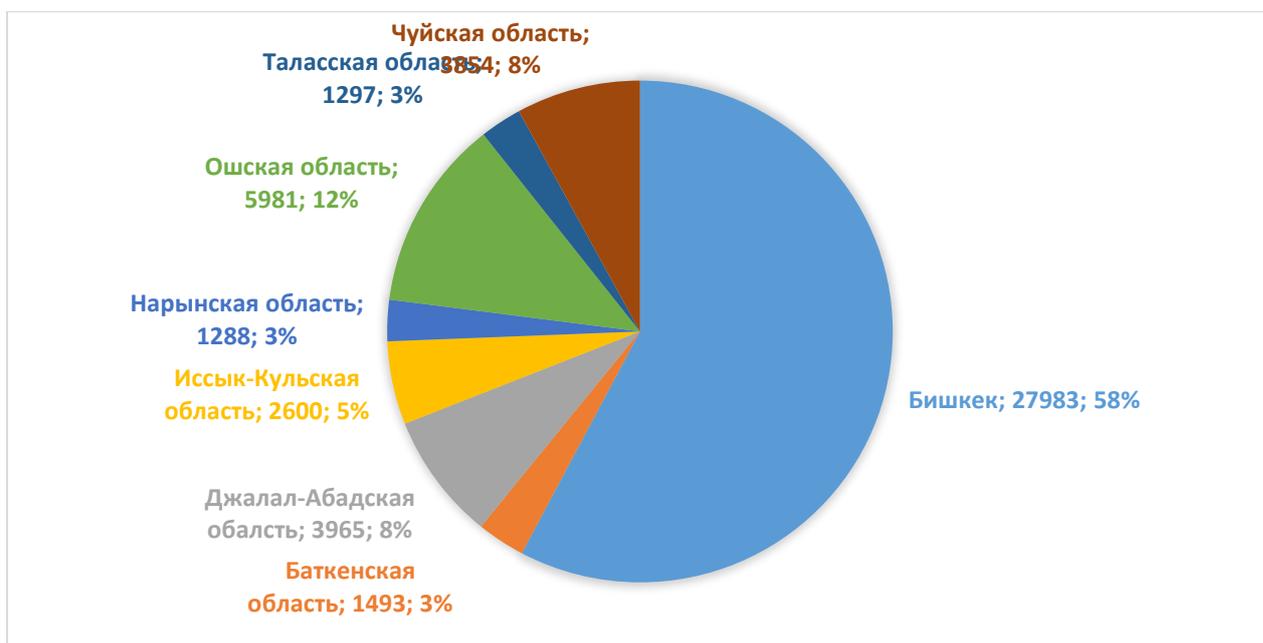


Рисунок 2.12. Региональное развитие QR-кодов по состоянию на 1 апреля 2024 года [85]

Эффективность функционирования банковской системы играет важную роль в экономическом благосостоянии страны в целом. Таким образом, всегда возникает необходимость более усовершенствовать взаимоотношения между

банком и их клиентами. Создание национальной платежной системы преследует именно эту цель – облегчение, улучшение, упрощение осуществляемых процедур по переводу денежных средств. На сегодняшний день оператор платежной системы несет на себе ряд обязательств. Он должен контролировать выполнение всех соответствующих процедур и правил, установленным и соответствующим требованиям Национального банка КР. Спектр обязательств оператора платежной системы включает в себя контроль деятельности платежной инфраструктуры, тем самым, обеспечивает техническое взаимодействие между участниками платежных систем.

Таблица 2.6 - Оплата за товары и услуги с применением QR-кодов [85]

	Внутри собственной системы				Из них платежи в бюджет				Межсистемный перевод							
	1 кв 2023		1 кв 2024		1 кв 2023		1 кв 2024		1 кв 2023				1 кв 2024			
	Ко л-во	Объем	Кол-во	Объем	Ко л-во	Объем	Ко л-во	Объем	Кол-во	Объем	Ко л-во	Объем	Кол-во	Объем	Кол-во	Объем
Банк	1,1	760,4	84,2	120,8	1,3	1,2	16,3	61,0	7,2	12,3	30,4	4,6	1468,9	1,8	2650,7	2053,5
Операторы платежных систем / Платежные организации	184,1	134,6	1213,0	920,6	0	0	5	0,01	22,3	15,2	1,7	1,8	2121,9	1,3	193,4	168,7
Итого	185,2	142,2	1297,2	104,1	1,3	1,2	16,3	61,0	29,4	27,6	32,1	47,9	3590,8	3,1	2844,1	2222,2

Способы безналичных платежей обретают все большую популярность среди населения. На сегодняшний день используются различные методы безналичной оплаты, среди которых более применяемыми являются: пластиковые карты, мобильные приложения. Но все же, даже такие цифровые ресурсы имеют определенные ограничения, в связи с чем возникла необходимость применения новых форм безналичного расчета как QR-код. Применение QR-кодов при оплате в последнее время становится все более распространенными. Применение QR-кодов, в основном осуществляется в

торговых предприятиях, сервисных центрах обслуживания. За 1 квартал 2024 года было осуществлено оплат в более чем в 48,5 тысячи QR-кодов по всей территории страны. По сравнению с тем же периодом предыдущего года данный показатель увеличился почти в 5 раз.

Статистика платежей посредством QR-кода показывает, что с момента запуска данной транзакции по республике было осуществлено 7 млн платежей на сумму 7,1 млрд сомов, из них 52,9 тысячи платежей на сумму 127,8 млн сомов были платежи государственного назначения. Если сравнить искомые периоды, мы можем увидеть, что в 2023 году показатели были ниже в 139 и 69 раз, данные таблицы 2.6.

Таким образом, система безналичных расчетов с помощью QR-кодов (ELQR) действует в КР с мая 2022 года и с каждым днем набирает все большую популярность среди населения.



Рисунок 2.13. Динамика транзакций через QR-коды

Источник: составлено автором

В 2022 году количество транзакций через QR-коды составило всего 7.8 тысячи, к 2023 году их число взлетело до более чем 3 млн операций. Только за последний год использование QR-платежей выросло более чем в 100 раз. В

феврале 2024 года пользователи осуществили около 1.2 млн QR-платежей на общую сумму более 1.2 млрд сомов (рисунок 2.13).

Через платежные системы ежедневно осуществляются платежи в большие суммы, поэтому исправное функционирование платежной системы залог качественного и своевременного обслуживания потенциальных пользователей, в свою очередь, это является гарантом финансовой и экономической стабильности. Ключевые показатели платежной системы КР продемонстрировали положительную динамику. Наглядным примером тому служит неуклонно растущий спрос на банковские платежные карты. К началу 2024 года выданные платежные карты достигли 6,9 млн штук. За искомый период, с 2023 года по январь 2024 года количество карт увеличилось на 32,7 % (это на 16,7 % по сравнению с 2022 годом). Из них 3,5 млн – карты национальной системы «Элкарт». Как демонстрируют статистические данные, платежные карты в Кыргызстане являются общепризнанными.

На сегодняшний день, когда речь идет о кошельках, нельзя представлять там привычные купюры, банкноты, мы говорим о пластиковых картах, иными словами, об электронных кошельках. Электронные кошельки стали неотъемлемой составляющей в жизнедеятельности современного человека. С помощью электронных денег пользователь может осуществлять почти что все операции по купле-продаже: купить товары в интернет магазинах, внести плату за услуги, заказать необходимые товары и услуги и др. Также, в электронных кошельках можно хранить деньги, пополнить, перечислить определенную сумму. То есть, данная форма осуществления транзакций глубоко внедрилась в жизнедеятельность граждан Кыргызстана, что в 2023 году по республике было зарегистрировано более 6,5 млн электронных кошельков (на 19,7 % больше, чем в 2022 году). Таким образом, применение электронных денег при совершении различных операций за короткое время обрело большую популярность среди населения. Статистические данные говорят, что в 2023 году проведено 47,5 млн операций на сумму 106,7 млрд сомов, именно с применением электронных денег.

Показатели за 2023 год выросли в два раза по сравнению с предыдущим годом. В данном отношении, НБКР ведется усиленная работа по внедрению и усовершенствованию достижений цифровых технологий.

Безналичные платежи по QR-коду широко применяются на территории всего Кыргызстана. Возникает вопрос: В чем причина столь высокого интереса к платежам с помощью QR-кода? Попробуем разобраться.

В рамках диссертационного исследования мы выявили следующие преимущества применения QR-кода при осуществлении платежей. Это: удобство для пользователей; низкокзатратное обслуживание; безопасность; доступность; поддержка со стороны банков. Учитывая вышеперечисленные преимущества, на сегодняшний день данный способ оплаты является самым популярным среди населения.

Проведение платежей по QR-коду в Кыргызстане может быть осуществлено с любого мобильного устройства, что позволяет объединить в единую систему всех пользователей мобильных платежей.

С 2023 года у пользователей мобильных приложений в Кыргызстане появилась возможность совершать платежи и переводы с использованием QR-кода.

По статистическим данным на начало 2024 года на территории республики были установлены почти 39 тысяч QR-кодов, для обслуживания населения. Это почти на 11,5 раз превышает показатели за прошлый год.

В 2023 году:

проведено 3,1 млн платежей и переводов	на сумму – 3,2 млрд сомов	из них – 27,5 тыс. платежей за госуслуги	на сумму 65,4 млн сомов
--	---------------------------	--	-------------------------

Если взять аналогичные показатели за 2022 год, было проведено всего 7,8 тыс. платежей на общую сумму 12 млн сомов.

Применение QR-кода при совершении платежей за короткие сроки стали популярными среди населения Кыргызстана, это свидетельствует о

практичности, доступности, мобильности, безопасности данного вида платежа. В связи с чем Национальный банк Кыргызской Республики планирует в ближайшей перспективе значительно расширить ареалы охвата использования платежных QR-кодов.

Цифровизация платежей в последние годы значительно ускорила развитие финансовых технологий, особенно с использованием QR-кодов и платежных карт. Эти технологии обеспечили более удобные и безопасные способы совершения транзакций для потребителей и бизнеса.

Внедрение маркетинговых стратегий, направленных на продвижение цифровых платежных инструментов, также способствовало росту их популярности, особенно среди молодежной аудитории. Платежные карты и мобильные приложения, в свою очередь, стали важным элементом экосистемы, обеспечивая широкие возможности для взаимодействия с различными сервисами. В дальнейшем ожидается еще большее внедрение инновационных технологий, что сделает процесс оплаты еще более интегрированным и доступным для различных слоев населения.

2.3 Анализ состояния банковского маркетинга в цифровой банковской экосистеме в КР

Цифровая трансформация становится важнейшим инструментом для повышения конкурентоспособности банков, особенно в контексте интеграции в общий финансовый рынок ЕАЭС. В 2023 году почти 70% банковских операций в Кыргызстане выполнялись через мобильные и онлайн-платформы, что стало возможным благодаря активной цифровизации и внедрению современных технологий.

Почти все крупные банки Кыргызстана, такие как Мбанк, Бакай банк, Айыл Банк, РСК Банк, и Демир Банк, предложили своим клиентам мобильные приложения, которые обеспечивают доступ к широкому спектру услуг: от перевода средств до использования кредитных карт и погашения кредитов. В

2023 году количество пользователей мобильных приложений в РСК Банк увеличилось на 40%, а в Айыл Банк – на 25%. Это отражает общий тренд роста использования цифровых каналов для финансовых операций. При этом стоит отметить, что эти данные охватывают период 2023 года и включают как новые, так и активные пользователи, что подтверждает стабильный интерес к мобильным банковским решениям в стране.

Применение цифровых технологий в банковской сфере включает в себя внедрение мобильных приложений, онлайн-банкинга, цифровых платежей и услуг, таких как эквайринг, кредитование через интернет, а также использование новых инструментов, таких как блокчейн, искусственный интеллект и т.д.

Несмотря на то, что в странах ЕАЭС цифровая трансформация банковской системы более активно развита, Кыргызстан на фоне общего отставания старается ликвидировать этот разрыв. В странах, таких как Россия, Казахстан и Беларусь, процесс цифровизации банков давно стал нормой, и банки этих стран активно используют инновации для повышения удобства и безопасности своих клиентов. В частности, в России уже более 70% транзакций проходят через мобильные приложения, в Казахстане число пользователей мобильных приложений достигло 10 миллионов, а в Беларуси наблюдается рост числа транзакций через цифровые каналы. Эти данные показывают, что страны ЕАЭС уже достигли значительных успехов в этом направлении, данные таблицы 2.7.

Таблица 2.7 - Сравнительный анализ ключевых показателей мобильных платежей и цифровых технологий в банковской сфере стран ЕАЭС (2023 г)

Показатель	Кыргызстан	Россия	Казахстан	Беларусь
Число пользователей мобильных приложений	2,5 млн	70 млн	10 млн	7 млн
Процент транзакций через мобильные приложения	55 %	70%	65%	60 %
Объем электронных платежей (млрд долларов США)	1,151 млрд	324,3	37.47	3,99
Количество банковских приложений	15	100	20	15

Однако Кыргызстан, несмотря на свою меньшую цифровую зрелость, активно работает в этом направлении, и в ближайшие годы можно ожидать значительных улучшений. В частности, увеличение числа мобильных пользователей, активное использование QR-кодов и внедрение новых финансовых технологий свидетельствуют о стремлении кыргызстанских банков не отставать от соседей по ЕАЭС. Важно отметить, что цифровая трансформация позволяет не только улучшить клиентский опыт, но и повысить финансовую инклюзивность, что особенно актуально для Кыргызстана, где значительная часть населения еще не имеет доступа к традиционным банковским услугам.

В условиях цифровой экономики банки Кыргызстана активно используют современные маркетинговые инструменты, чтобы достигать более широкой аудитории и увеличивать вовлеченность клиентов. Одним из самых эффективных методов остается использование социальных сетей и цифровых платформ.

Цифровая реклама и таргетинг через социальные сети: В 2023 году около 70% рекламных расходов кыргызстанских банков направлено на продвижение через социальные сети, такие как Instagram, Facebook, и Telegram. Это связано с тем, что аудитория этих платформ составляет более 80% пользователей интернета в Кыргызстане. В рамках целенаправленного маркетинга, банки активно проводят рекламные кампании, используя таргетированную рекламу, которая позволяет точно нацелиться на потенциальных клиентов.

Важным аспектом цифровизации является интеграция с международными платежными системами, такими как Visa, Mastercard, и UnionPay, а также запуск национальных альтернатив. В 2023 году объем платежей через международные системы составил около 40 млрд сомов, что на 18% больше по сравнению с 2022 годом. Это свидетельствует о растущем доверии клиентов к безналичным платежам и увеличении спроса на транзакции через международные каналы.

Цифровые платформы и мобильные приложения становятся основными каналами взаимодействия с клиентами, что приводит к активному внедрению инновационных решений, таких как чат-боты, искусственный интеллект и

машинное обучение для оптимизации процессов. В свою очередь, конкуренция на рынке финансовых услуг усиливается, что требует от банков постоянного улучшения маркетинговых стратегий, внедрения новых технологий и эффективных инструментов продвижения. В целом, банковский маркетинг в цифровой экосистеме ориентирован на создание долгосрочных отношений с клиентами и повышение их ценности для банка. В условиях стремительного развития цифровых технологий и изменения потребительских предпочтений, банковский маркетинг в рамках цифровой банковской экосистемы ЕАЭС приобретает особую значимость. Однако, несмотря на положительные тенденции, существует ряд вызовов, таких как высокая конкуренция, необходимость соблюдения норм регулирования и защита данных клиентов, которые требуют от банков постоянного совершенствования своих подходов и стратегий в области маркетинга. Таким образом, эффективное использование цифровых технологий в банковском маркетинге становится ключевым фактором для успешного функционирования банковской системы в условиях интеграции стран ЕАЭС.

Способность центральных банков стран ЕАЭС обеспечивать стабильность цен напрямую зависит от доверия к их денежно-кредитной политике, эффективности внедряемых инструментов и адаптации к цифровым технологиям в финансовом секторе. Страны ЕАЭС, такие как Казахстан, Россия, Кыргызстан, Беларусь и Армения, активно переходят к режиму таргетирования инфляции, поддерживаемого гибким обменным курсом. В последние годы эти страны также начали внедрять цифровые валюты и развивать финтех, что способствует улучшению контроля за денежной массой и снижению инфляционных рисков.

Цифровизация финансового сектора помогает центральным банкам этих стран быстрее и более точно реагировать на изменения экономической ситуации. Например, в Казахстане и России активно внедряются цифровые платформы и мобильные приложения для проведения операций, что влияет на скорость и объем денежных потоков. Установление цифровых валют и развитие инновационных финансовых продуктов способствует более эффективному

управлению инфляцией, так как центральные банки могут мгновенно контролировать потоки ликвидности и процентные ставки.

Таким образом, цифровизация в странах ЕАЭС становится важным инструментом, который помогает центральным банкам более гибко и оперативно регулировать экономику, способствуя снижению инфляции и обеспечению финансовой стабильности. Несмотря на то, что большинство центральных банков повысили процентные ставки во время текущего периода инфляции, регион по-прежнему сталкивается с постоянным инфляционным давлением. Это связано с тем, что эффективности денежно-кредитной политики также препятствуют несколько структурных факторов, ограничивающих влияние изменений процентных ставок на экономику.

Слабо развитые финансовые рынки, которые снижают влияние денежно-кредитной политики на процентные ставки, банковское кредитование, цены на активы, балансы и инфляционные ожидания.

Продолжающееся широкое использование регулирования обменного курса и валютных интервенций, которые могут нивелировать некоторые последствия изменений процентных ставок.

Все еще повышенный уровень использования доллара США в экономике (долларизации), несмотря на его постепенное снижение в течение последнего десятилетия.

Ограниченный авторитет центрального банка и объем предоставляемой им информации в условиях низкого доверия к государственным институтам и низкой финансовой грамотности.

При обсуждении вопроса о создании единого финансового регулятора на территории ЕАЭС, возникают проблемы, связанные с различиями в банковских системах и денежно-кредитной политики стран-участниц. К таковым факторам можно отнести: различный уровень развития стран; экономическая нестабильность, применение на территории каждой страны своей национальной валюты; направленность денежно-кредитной политики и др.

Учитывая тот факт, что денежно-кредитная политика любой страны является неотъемлемой частью экономики, члены Евразийского экономического союза должны согласовать концептуальные основы проводимой политики страны. Основной целью денежно-кредитной политики стран ЕАЭС является достижение и удержание инфляции на низком и стабильном уровне. Инфляция оказала значительное давление на деятельность банков (национальных, центральных) стран Евросоюза.

За искомый период ставки, при этом, были снижены у всех стран-участниц Евросоюза:

Беларуси – с 11,5% до 9,5%;

Армении – с 10,75% до 9,25%;

Казахстане – с 16,75% до 15,75%.

В России же, ключевая ставка была повышена с 7,5% в июле до 16% в декабре. А в Кыргызстане учетная ставка в течение 2023 года оставалась неизменной на уровне 13% (рисунок 2.14).

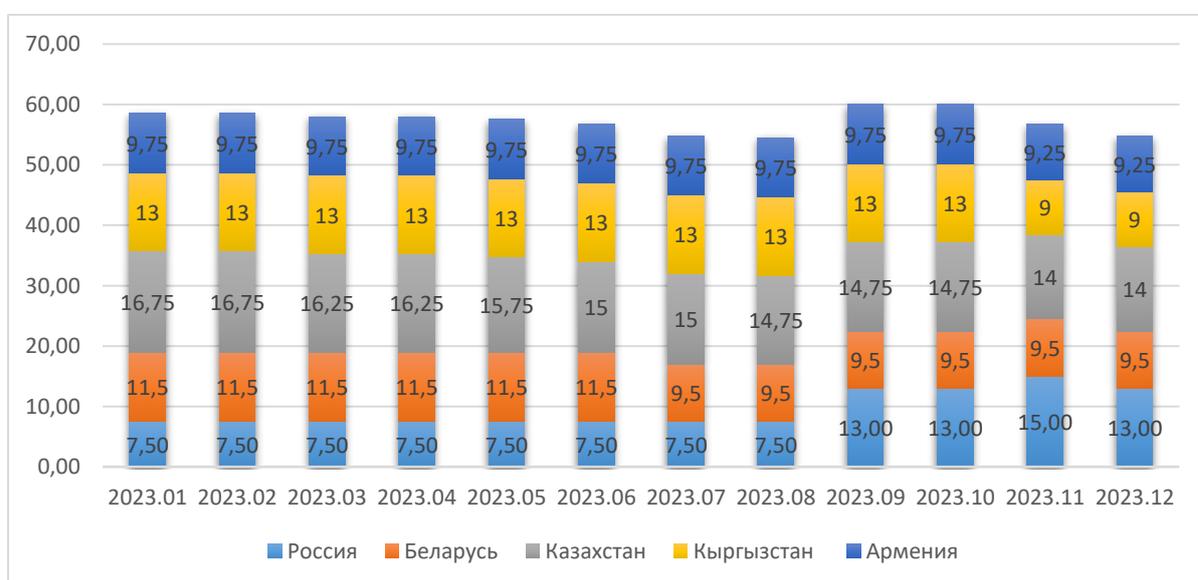


Рисунок 2.14. Изменение ставок национальных (центральных) банков государств-членов, нарастающим итогом с начала 2023 года, п.п. [88,87,86,89,90].

Получившее название «количественное смягчение» денежно-кредитная политика (впервые реализована в Японии) предпринималась для оживления,

внесения определенных изменений в экономику страны. В связи с чем ведутся целенаправленные действия в той или иной области. В секторе банковского развития проводимая политика относительно повышения процентных ставок, привело к сокращению предложения денег, снижению потоков иностранных инвестиций, что было чревато последствиями по снижению капитала. Такие шаги привели к действиям по увеличению объемов кредитования почти во всех странах-участниц ЕАЭС. К примеру, за 2023 год доля кредитов, полученных в национальной валюте в процентном соотношении, выглядел следующим образом:

Армения 18%; Белорусия 19,1%, Казахстан 23,0%, Кыргызстан 25,9%, Россия 24,9% [86,87,88,89,90].

Накопления определенного капитала является необходимым условием стабильности экономики любой страны. Для масштабности деятельности требуются денежные средства в значительных объемах. Часто этих средств не хватает для развития производства. В связи с чем, у большинства государств-членов Евразийского экономического союза такую необходимость приходилось возмещать за счет депозитных операций (как известно, часть своих средств в иностранном активе они «замораживают»).

Развитие экономики значительным образом зависит от эффективности проводимой денежно-кредитной политики страны. Разработанные соответствующим образом механизмы урегулирования служат эффективным инструментом, не допускающим стране увязнуть в кризис, тем самым, не дать инфляции подняться выше нижнего уровня. Именно в этом направлении в Кыргызстане, как и в других странах Евросоюза, проводятся все соответствующие меры. В 2023 году в Национальном банке Кыргызской Республики проводились операции по снижению инфляции с денежным оборотом. НБКР, регулируя ситуацию из банковской системы, забирал излишние активы, так как эти денежные средства имели отношение к комбанкам, у которых эти деньги хранились на короткий срок.

Операции с иностранными вкладами до 2021 года в Армении можно характеризовать как эффективным. То же самое и в Беларуси, обобщая данный период для указанных государств относительно иностранных вкладов, можно охарактеризовать как период больших притоков средств иностранных инвесторов.

Рост геополитической нестабильности в мире непосредственным образом откликается и на экономической обстановке в странах ЕАЭС. Геополитическая напряженность может создавать угрозу для финансовой стабильности, в связи с чем, сборы лишних денег из банковской системы стали осуществляться реже, а в 2023 году их стало совсем меньше.

Также заметны структурные изменения в банковской сфере во всех странах-участниц Евросоюза. За указанный период наблюдается отрицательная динамика притока крупных иностранных инвесторов. Если сравнить начало и конец 2023 года, можно наблюдать ощутимую разницу в притоке иностранных инвестиций в:

Казахстане – 8,4 (до 23,2%);

Беларуси – 4,3 (до 51%);

Армении – 3 (до 40,6%).

В числе стран-участниц Евросоюза можно выделить Россию и Кыргызстан, где вышеуказанный процесс имел более замедленные темпы.

В последнее время пользователи (физические и юридические лица) банков стран Евросоюза стали хранить свои деньги больше в национальной валюте, нежели в иностранной. Это свидетельствует о нарастающей доверии к национальной валюте. Такой подход к решению вопроса о депозитах может быть обусловлен рядом причин. Депозиты физических и юридических лиц в Беларуси, Казахстане и Армении преимущественно носят национальный характер, в основном, это - депозиты юридических лиц. А в Российской Федерации, наоборот, владельцами преобладающих депозитов в национальной валюте являются, в основном, физические лица.

В современном мире ощущается значительная дифференциация в социально-экономическом строю между государствами. То есть, в разных странах уровень хранения денег отличается друг от друга. Если в какой-то стране предпочтение отдают, скажем, иностранной валюте, то в других выбирают национальную валюту. Также, это зависит от самих вкладчиков, например, юридические лица, обычно хранят в иностранной валюте (в долларах, обычно), а физические – в национальной валюте. Но бывает и наоборот, физические лица предпочитают вклады в долларах. Так, если взять на евразийском экономическом пространстве, высокая доля депозитов в иностранной валюте у физических лиц наблюдается в Армении (48,6%), Беларуси (физические лица – 49,3%, юридические – 52,4%), Кыргызстане (юридических лиц – 45%).

Необходимо отметить тот факт, что, несмотря на обильные инвестиционные потоки извне, в Российской Федерации иностранной валюте отдают предпочтение лишь 8% физических, и 23% юридических лиц.

Ухудшение кредитной ответственности у населения связана, прежде всего, экономическим спадом в стране. Увеличение объемов просроченных кредитов связано с тем, что потребители имеют легкий доступ к розничным кредитам, и при этом, не могут их своевременно оплачивать по причине того, что пользователи кредитами платят ежемесячно большую сумму своих доходов на покрытие кредитов. Поэтому одна из основных причин увеличения масштаба долгов населения перед банками – нехватка денег.

Среди пользователей банковскими депозитами среди стран-участниц ЕАЭС в РБ и КР кредиты, выданные юридическим лицам самые низкие, составляют всего лишь 5%, при это утверждать, что данная цифра стабильная, было бы неправильным, так как наблюдается тенденция роста.

Если по уровню просроченных кредитов Беларусь и Кыргызстан все еще держатся на определенном уровне, то в Армении, Казахстане и России наблюдалось ее значительное снижение.

В ходе диссертационного исследования проводимый анализ денежно-кредитной политики стран Евразийского экономического союза позволил

выявить определенные значения и сделать выводы о том, что, данные таблицы

– Центральные банки стран Евразийского экономического союза используют аналогичные методы для предоставления денег банкам, то есть осуществляют рефинансирование. Однако эти методы могут применяться в странах, в зависимости от деятельности их банковской системы и уровня развития финансового рынка.

– Исследование изменений в процентных ставках за 2012–2021 гг. стран ЕАЭС, показали значительную динамику при осуществлении рефинансирования, уровень применяемых ставок имеет тенденцию снижения.

– Одним из наиболее эффективных инструментов денежно-кредитной регуляции политики, проводимой государством, являются обязательные резервы. Суть данного понятия заключается в том, что Центральным банком страны ведутся определенные ограничения при использовании ресурсов. Так, в Армении установлены высокие нормы резервирования. Это вызвано тем, что Центральный банк Армении в течение длительного времени осуществляет денежную политику «дорогие деньги». Такой подход к осуществлению деятельности банка вызвана из-за высоких цен, и чтобы контролировать рост инфляции.

– Как известно, применение резервных требований имеют определенную цель – регулирование деятельности банковской системы. В Беларуси в этом отношении регулярно ведутся меры по усовершенствованию данного процесса. Так, Национальным банком РБ были внесены изменения в положение о банках, в вопросе обязательных резервов. В 2023 году было принято решение об установлении одинаковых правил как для юридических, так и для физических лиц, относительно резервных обязательств. Также, Нацбанком РБ введены правила ожесточающие меры по содержанию денежных средств, согласно которым, определенная часть средств должны оставаться в резерве.

– 2023 г. для Казахстана был примечательным тем, что Нацбанк Казахстана внес определенные новшества в правила банковской системы об обязательных

резервах, теперь денежные вклады были четко поделены на национальную и иностранную валюту. То есть, в зависимости от того, в какой валюте хранятся депозиты вкладчиков, они должны будут иметь разные резервы. Стоит отметить, что, аналогичные подходы применяются и в банковской системе Кыргызской Республики.

– Считающийся одним из важных инструментов регулирования денежной политики страны метод обязательного резервирования до начала 2018 года в банках России не практиковалась. Держать определенную часть своих средств в резерве на счетах Центрального банка не было обязательной процедурой. На сегодняшний день данный подход не только широко применим, он имеет более усовершенствованную, детализированную форму. При применении обязательного резервирования учитываются такие аспекты как: валюта, владелец счета и др. Более того, Банк России применяет разные правила для обязательных резервов.

Таблица 2.8 - Динамика процентных ставок, применяемых центральными банками при рефинансировании, в странах ЕАЭС за 2019–2023 годы, в %, на конец года [88,87,86,89,90].

Год	Республика Армения	Республика Беларусь	Республика Казахстан	Кыргызская Республика	Российская Федерация
2019	8,00	45,00	7,50	13,61	8,00(5,25)
2020	8,00	30,00	5,50	2,64	8,25(5,50)
2021	7,75	23,50	5,50	4,17	8,25(5,50)
2022	8,50	20,00	5,50	10,50	8,25(17,00)
2023	8,75	25,00	5,50	10,00	8,25(11,00)

Для формирования общего рынка финансовых услуг на экономическом пространстве Евразийского экономического союза, на сегодняшний день есть необходимость углубленного интеграционного взаимодействия государств — членов ЕАЭС в финансовой сфере.

Эффективность деятельности зависит от коммерческих банков во многом зависит от возможности научно обоснованного прогнозирования, то есть

предвидения перспектив будущего развития. Прогнозирование помогает банкам определить, как будут развиваться события в будущем. Для этого необходимо проанализировать нынешнюю ситуацию развития банковского сектора и экономических условий в целом.

Для обеспечения стабильности деятельности банков необходимо проведение прогнозирования в банковской системе, которое до недавнего времени было слабо развито. Это не означает, что банки не развивались или же плохо развивались. Прогнозирование предоставляет банкам более усовершенствованную, детально рассмотренную модель развития. А для этого необходимо использовать более точные и надежные методы прогнозирования будущей экономики.

Прогнозирование в банковской сфере Кыргызстана осуществляется с применением различных методов, в том числе, экстраполяцию и оперативные исследования.

В чем заключается значение *экстраполяции*? Это – анализа прошлых данных и продолжения в будущем. Опираясь на результаты, полученные при анализе, можно прогнозировать будущие перспективы экономического роста. Такой метод более применим при стабильном развитии.

Оперативные исследования используются для оценки текущего состояния рынка, таких показателей как уровень курса валюты, процентные показатели и др.

Объективность и точность прогноза являются важными компонентами определения финансово-экономического потенциала страны. В связи с чем, экономико-математической модели прогнозирования стало обретать более широкое применение. Данный метод считается универсальным и способствует анализу динамику различных факторов.

В условиях глобализации эконометрические модели широко используются для решения разнообразных задач экономического развития и определения ее перспектив. Применение современных экономико-математических методов позволяет использование компьютерных программ, таких как Microsoft Excel,

Eviews, Statistica, SPSS, Стат- эксперт и т.д. Такой подход к решению вопроса делает процесс прогнозирования более эффективным и доступным.

Как известно, прогнозирование экономических процессов и явлений в основном, осуществляется Национальным банком. Построенная модель экономико-математического анализа экономического развития страны основывается на построении экономико-математической модели.

Это напоминает следующую линейную функцию. Поэтому уравнение тренда ищем в виде:

$$y_t = a + bt$$

где a , b - параметры тренда, которые находим из системы уравнений:

С помощью построенной регрессионной модели можно не только анализировать перспективу маркетинговой политики коммерческих банков, но и прогнозировать объем ожидаемой прибыли коммерческих банков КР в будущем при каких-либо заданных значениях факторов. Линейное регрессионное моделирование процесса маркетинговой политики – это описание связи между факторами и объемами прибыли, т.е. зависимой величиной.

Прогнозирование – это процесс, в результате которого анализируются события прошлого и настоящего, чтобы выявить объективные закономерности развития в будущем. Сделать достоверный прогноз возможно лишь относительно таких объектов и явлений.

Полученное уравнение тренда позволяет построить два вида прогноза: точечный и интервальный. Точечный прогноз - это число, признаваемое наилучшей оценкой значения прогнозируемой переменной на интервале прогнозирования. Интервальный прогноз представляет собой численный интервал, который с некоторой заданной вероятностью, называемой достоверностью прогноза, содержит неизвестное значение прогнозируемой переменной на интервале прогнозирования.

Прогноз интервальный, на основе трендовых моделей, осуществляется при расчете доверительного интервала - в котором с достаточной вероятностью

следует ожидать фактическое значение прогнозного экономического показателя. Расчет таких интервалов прогнозируется с использованием кривых роста, опираясь на выводы, формулы теории регрессии. Правда, перенос выводов теории регрессии на временные экономические ряды не совсем правомерен, так как динамические ряды, как мы ранее отмечали, отличны от статистических совокупностей. Поэтому к оценке этих интервалов для построения кривых роста нужно подходить осторожно.

Точечный прогноз с помощью линейного тренда (52) строится следующим образом. В уравнение построенного тренда вместо переменной времени t подставляем номер интервала прогнозирования T и получим точечный прогноз:

$$y_T^* = a + bT$$

Для построения интервального прогноза сначала рассчитываем среднюю погрешность прогноза по формуле:

$$S_{eT}^2 = \frac{1}{n} \left\{ \frac{\sum_{t=1}^{nT} e_t^2}{2} + \frac{1}{n} + 1 \right\} S_e^2$$

где $\frac{\sum_{t=1}^{nT} e_t^2}{2}$ дисперсия остатков модели.

Далее рассчитываем нижнюю и верхнюю границы интервала прогнозирования по формулам:

$$dy_T^* = y_T^* - u_\beta \cdot S_{pT}$$

$$gy_T^* = y_T^* + u_\beta \cdot S_{pT}$$

Величина u_β - коэффициент, значение которого выбирается из таблиц 2.9 функции нормального распределения для заданной достоверности прогноза β . Считается, что случайные отклонения подчиняются нормальному закону распределения. Коэффициенты a и b линейного тренда определяются из системы (2) по формулам:

$$b = \frac{\overline{ty_t} - \bar{t} \cdot \bar{y_t}}{\overline{t^2} - (\bar{t})^2}$$

$$a = \bar{y_t} - b\bar{t}$$

где, $\bar{t}, \bar{t^2}, \bar{y_t}, \overline{ty_t}$ означают средние значения указанных величин.

Таблица 2.9 - Расчетная таблица, для эконометрических вычислений [88].

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
--	------	------	------	------	------	------

Чистый процентный доход	15532 561	15623375	17325375	22973429	34268115	30600903
Чистый процентный доход после отчислений в РППУ	13723 931	12178456	14772160	17921973	35358411	28653564
Всего другие операционные и административные расходы	14791 972	14918046	16731082	22904440	31049084	30888902
Чистый операционный доход (убыток)	3 947117	3577840	5101041	27790360	28023866	27091031
Чистый доход (убыток) до налогообложения	3408 072	2741992	4119799	25828137	27011308	26935521
Налог на прибыль	523 657	444,914	531,408	2.672.776	2.774.298	2.819.605
Чистая прибыль (убыток)	2884 414	2.297078	3588392	23155362	24237010	24115916

Полученные значения при вычислении позволяют составить прогноз по Кыргызстану до 2030 года, имеющий следующий вид:

В следующей таблице 2.10 представлен прогноз динамики процентных ставок стран ЕАЭС до 2030 года.

Таблица 2.10 - Прогноз динамики процентных ставок, применяемых центральными банками при рефинансировании, в странах ЕАЭС за 2024–2030 годы, в %, на конец года [88,87,86,89,90]

2024 (факт)						
Республика Армения	9	9,2	9,4	9,6	9,8	10
Республика	8,7	3,7	-1,3	-6,3	-11,3	-16,3

К а Б е л а р у с ь							
Р е с п у б л и к а К а з а х с т а н	4 , 7	4,3	3,9	3,5	3,1	2,7	2,3
К ы р г ы з с к а я Р е с п у б л и к а	8 , 3 7 6	8,44	8,504	8,568	8,632	8,696	8,76
Р о с с и й с к а я Ф е д е	8 , 3 5	8,4	8,45	8,5	8,55	8,6	8,65

р						
а						
ц						
и						
я						

В странах ЕАЭС динамика процентных ставок на 2025-2030гг. показывает как увеличение, так и снижение уровня показателей.

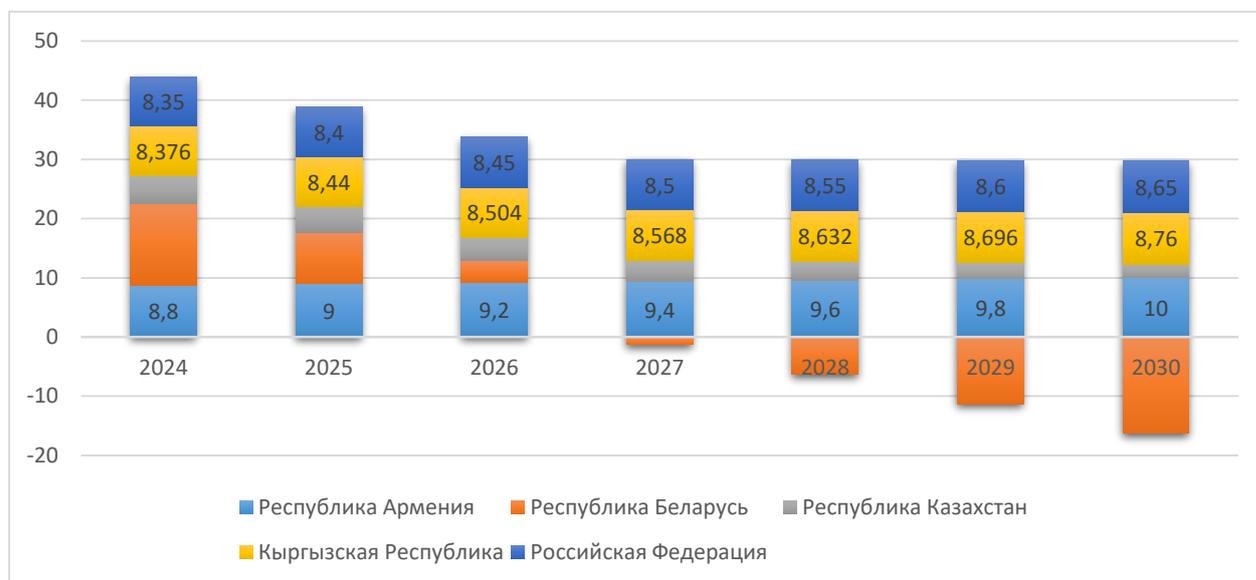


Рисунок 2.15. Прогноз динамики процентных ставок, применяемых центральными банками при рефинансировании, в странах ЕАЭС за 2024–2030 годы, в %, на конец года [88,87,86,89,90].

Прогноз, полученный на основе основных показателей коммерческих банков, показывает, что в ближайшие годы ожидается увеличение прибыли за счет цифровизации банковских услуг и расширения необходимых ресурсов (рисунок 2.15).

Как отмечено в данном исследовании, необходимо практически реализовать все возможности маркетинговой политики коммерческих банках Кыргызской Республики на базе компьютерных технологий.

Для стран ЕАЭС прогнозируется либо умеренное повышение процентных ставок (Россия, Казахстан, Кыргызстан), либо их снижение (Беларусь). Наибольшую волатильность демонстрирует Армения, что требует более глубокого анализа причин экономической нестабильности.

В России ставки будут колебаться вокруг 9–10%, что связано с необходимостью стабилизировать экономику и контролировать инфляцию.

Казахстан также ожидает умеренное повышение ставок с текущих 8,4% до 8,8%, что связано с внешними экономическими рисками. Армения, вероятно, будет сталкиваться с нестабильностью, с возможными высокими ставками в 2024 году и значительными колебаниями до отрицательных значений к 2030 году. В Беларуси ставки будут снижаться с 4,7% до 2,3%, что отражает успешную стабилизацию экономики и уменьшение инфляционного давления. Кыргызстан, возможно, продолжит повышение ставок с 8,8% в 2024 году до 10% в 2030 году, чтобы поддерживать финансовую стабильность.

Ставки в России, Казахстане, Армении, Беларуси и Кыргызстане будут определяться не только внутренними экономическими факторами, но и международной ситуацией. В частности, Россия будет принимать решения о процентных ставках, учитывая внутреннюю инфляцию и внешнеэкономические риски, что подтверждает необходимость координации денежно-кредитной политики в рамках ЕАЭС. Казахстан, повышая ставки для поддержания валютной стабильности, будет также ориентироваться на региональные экономические изменения, что подчеркивает важность согласования действий с соседними странами для эффективного управления финансовыми рисками.

Армения, стремясь стабилизировать свой финансовый сектор, будет искать пути для улучшения монетарной политики, что делает важным сотрудничество с другими странами ЕАЭС для обмена опытом и внедрения совместных решений. Беларусь продолжит снижение ставок, что предполагает координацию с партнерами по валютной и инфляционной политике для эффективного стимулирования экономического роста. В Кыргызстане, где ожидается плавное повышение ставок, необходимо учитывать как внутренние экономические условия, так и потребности в координации с другими странами для поддержания устойчивости финансовой системы.

Ключевым элементом в решении этих вопросов является эффективное взаимодействие центральных банков и министерств финансов стран ЕАЭС, направленное на создание единой системы денежных, кредитных и финансовых процессов. В условиях интеграции также необходимо учитывать влияние

монетарной политики на прибыль банков, которая является важным индикатором финансовой устойчивости и здоровья банковской системы. Согласованные меры по регулированию ставок, ликвидности и других экономических факторов могут способствовать стабильному росту прибыли банков, что, в свою очередь, укрепляет финансовую систему и способствует развитию экономик стран ЕАЭС. Сбалансированная монетарная политика поможет банкам эффективно работать в условиях изменяющихся экономических реалий, обеспечивая их прибыльность и долговременную стабильность в рамках общего финансового рынка, данные таблицы 2.11.

Таблица 2.11 - Прогноз динамики прибыли коммерческих банков КР за 2025 – 2030 годы (млн. сомов) [88,87,86,89,90]:

	Чистый процентный доход	Чистый процентный доход после отчислений в РППУ	Всего другие операционные и административные расходы	Чистый операционный доход (убыток)	Чистый доход (убыток) до налогообложения	Налог на прибыль	Чистая прибыль (убыток)
Эконометрическая модель	$y=9028227,9+3912113,8t$	$y=5700964,87+4209652,66t$	$y=8375457+3858603t$	$y=-5252821+6049913t$	$y=-6207882+6061529t$	$y=-433150+588836t$	$y=-5774732+5472694t$
	$R^2=0,82$	$R^2 = 0,71$	$R^2 = 0,89$	$R^2 = 0,78$	$R^2 = 0,8$	$R^2 = 0,79$	$R^2 = 0,81$
2025	36413025	35168533	35385700	37096573	36222825	3688702	32534123
2026	40325139	39378186	39244303	43146486	42284354	4277538	38006817
2027	44237252	43587839	43102907	49196399	48345884	4866374	43479510
2028	48149366	47797491	46961510	55246313	54407413	5455210	48952204
2029	52061480	52007144	50820114	61296226	60468942	6044046	54424897
2030	55973594	56216797	54678717	67346139	66530472	6632882	59897591

Однако, как показывает практика, исключительно денежно-кредитной политики недостаточно для обеспечения полной финансовой стабильности. Необходим комплексный подход, учитывающий другие экономические факторы и инструменты для поддержания роста и устойчивости в рамках общего рынка.

Таким образом, необходимость стратегического планирования для обеспечения динамики в экономическом развитии на сегодняшний день является актуальной во всем мировом сообществе. Решение сложных задач в экономике, связанных с различными форс-мажорными ситуациями, такими как пандемия,

СВО на Украине и др. требует принятия определенных действий на финансовом рынке. Появляются все новые способы осуществления платежей. Тому примером служит оплата мобильными телефонами, или по QR-коду.

Наблюдается резкий скачок уровня использования цифровыми финансовыми ресурсами [60]. В рамках экономических программ Евразийского экономического союза Банк России запустил цифровой рубль.

Это означает, что финансовый рынок продолжительное время работал по установившимся правилам, которые практически не менялись. Его деятельность была бумажной и ориентированной в первую очередь на крупные компании и остановилась.

Как известно, фондовый рынок осуществляет операции по купле-продаже ценных бумаг (акций), и является одним из важнейших инструментов для инвесторов. В начале, классические фондовые рынки значительно отличались от их современной модели. Продолжительное время фондовые рынки функционировали по установленным правилам без изменений, то есть их деятельность основывалась на классических купюрах крупных компаний. На сегодняшний день в банковский сектор внедряются достижения цифровых технологий, работа искусственного интеллекта применяются повсеместно. Данная технология значительно облегчила и упростила процедуры в банковской системе И не использовать их чревато рисками потерять конкурентоспособность» [60].

Автоматизацию бизнес-процессов: ИИ может автоматизировать утомительные и повторяющиеся задачи, такие как проверка документов, обработка платежей и управление рисками. Это позволяет банкам повысить эффективность и снизить операционные расходы. Персонализацию клиентского опыта: ИИ может использоваться для создания персонализированных предложений и рекомендаций для клиентов. Это помогает банкам повысить удовлетворенность клиентов и увеличить продажи [60].

Искусственный интеллект зарекомендовал себя как «лучший сыщик», при выявлении и предотвращении мошенничества. Такой подход является своего

рода гарантом защиты клиентов банка. ИИ должен способствовать устойчивому экономическому росту страны.

К примеру, в датском банке внедрение ИИ позволило снизить количество ложноположительных срабатываний системы обнаружения мошенничества на 60%, а выявление реальных случаев мошенничества увеличилось на 50%. В современном обществе в банковском секторе, как в других отраслях жизнедеятельности человека, использование цифровых технологий, в том числе ИИ, настолько укоренились, что представить жизнь без них совершенно невозможно [64].

Несмотря на успешную цифровую трансформацию банковской системы, в Кыргызстане продолжают оставаться значительные проблемы, с которыми сталкиваются банки и их маркетинговые службы (рисунок 2.16).

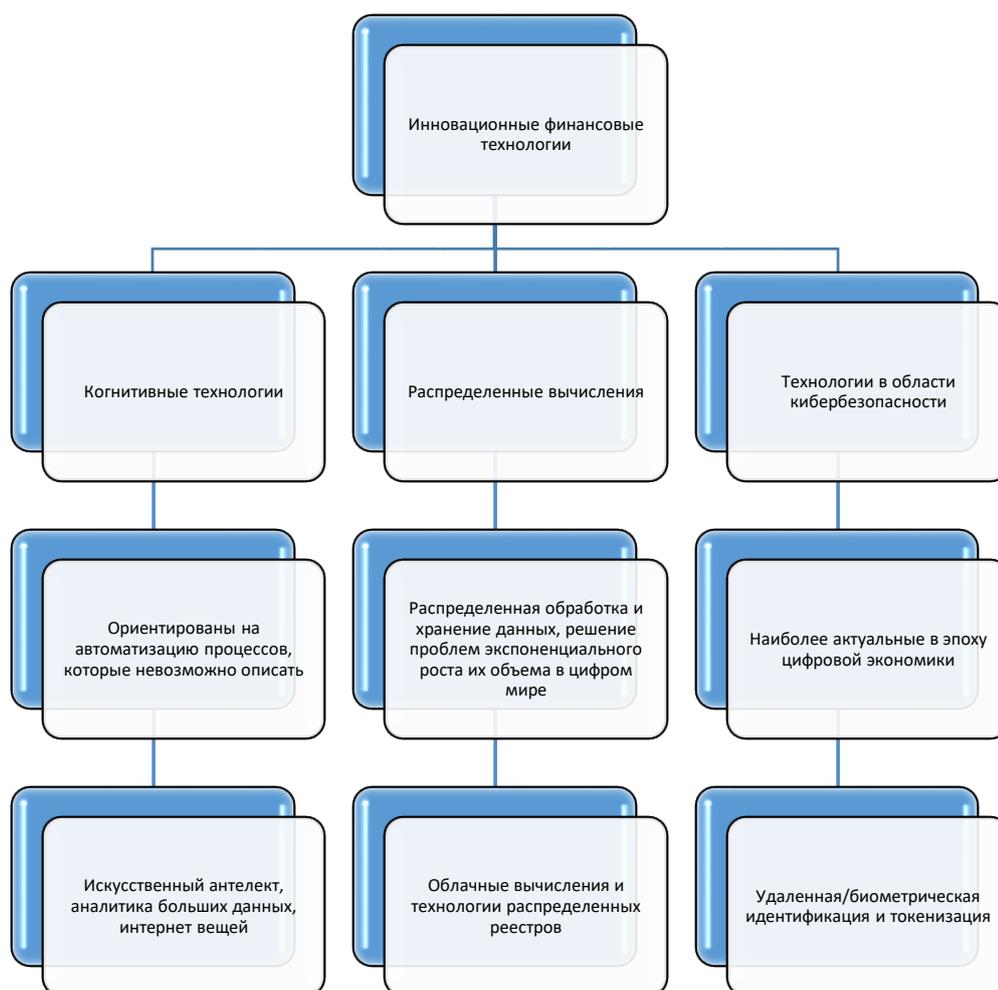


Рисунок 2.16. Классификация наиболее перспективных инновационных финансовых технологий

Источник: составлено на основе исследовательских материалов

Безопасность и защита данных: В 2023 году количество кибератак на банки в Кыргызстане увеличилось на 25%. Это обусловлено ростом числа онлайн-операций, что требует от банков дополнительных усилий для обеспечения безопасности данных и защиты от фишинга, вирусов и других угроз.

Низкая цифровая грамотность: несмотря на активное продвижение цифровых услуг, значительная часть населения Кыргызстана продолжает сталкиваться с проблемами из-за низкого уровня цифровой грамотности. Особенно это касается сельского населения, где только около 40% имеет доступ к интернету, и лишь 20% использует мобильные приложения для финансовых операций.

Высокая конкуренция: С увеличением числа банков и финансовых организаций, конкуренция на рынке финансовых услуг становится острой. В 2023 году количество банков в Кыргызстане достигло 21, что создает дополнительное давление на маркетинговые стратегии каждого из них. Это требует внедрения инновационных подходов и повышения качества обслуживания для поддержания конкурентоспособности.

Цифровая трансформация в банковской сфере Кыргызстана продолжается, и в 2023 году банки активно внедряли новые технологии, такие как искусственный интеллект, мобильные кошельки и аналитические инструменты для повышения эффективности маркетинговых стратегий. Однако для дальнейшего успешного развития цифрового банковского маркетинга необходимо решать такие проблемы, как безопасность данных, низкий уровень цифровой грамотности и высокая конкуренция. Важно продолжать развивать инфраструктуру и образование для того, чтобы максимизировать эффект от внедрения цифровых технологий и обеспечить стабильный рост сектора.

Такой подход позволит не только глубже рассмотреть текущее состояние банковского маркетинга, но и предоставить больше данных о внедрении цифровых технологий и маркетинговых инструментов в банковской экосистеме Кыргызстана.

Выводы ко 2 главе

Цифровые экосистемы банковского сектора являются определяющим аспектом перспективного развития банковской системы в целом. Цифровизация, применение виртуальных инструментов способствует эффективному взаимодействию банков с потребителями, инвесторами, расширяет клиентскую базу, тем самым, растет и увеличивается спектр оказываемых услуг и сервисов, предоставляемых банковской системой.

Как показывает мировой опыт, развитие цифровых банковских экосистем является стратегически важной необходимостью современности. В зависимости от того, какой из инструментов регулирования цифровых экосистем применяет тот или иной банк, развивается банковская система той страны. В зависимости от этого, можно выделить следующие два основных подхода:

Американский подход – нацелен на минимизацию всевозможных рисков и обеспечить безопасную финансовую систему.

Китайский подход – это модель цифровой экосистемы, применяемый в Китае, согласно которой банки могут участвовать в нефинансовом секторе, но с соблюдением строгих правил и стандартов. Например, установлен максимальный коэффициент риска 1 250%, который означает, что банк должен создать резервы, покрывающие все финансовые потери. Таким образом, если в США делают акцент на строгое разделение финансовой и нефинансовой сфер, то в Китае, наоборот, разрешает активное участие банков в нефинансовом секторе.

В чем заключается принцип регулирования банковских цифровых экосистем? Прежде всего такой подход нацелен на создание благоприятной

среды для развития рыночных условий, ограничивающую конкуренцию. В каких сферах работает экосистема?

Чем шире распространена такая система, тем больше угрозы разнообразию предложений. Таким образом, регулирование цифровых экосистем в банковской сфере требует тщательной оценки их масштаба и влияния, чтобы не допустить формирования монополий и сохранить баланс на рынке.

Расширяющийся круг нефинансовых услуг банков приводит к повышению их непрофильных активов, что в свою очередь укрепляет их финансовую устойчивость. На место традиционных подходов в решении финансовых вопросов, на современном этапе на авансцену выходят экосистемные цифровые кошельки и комбинированные цифровые валюты. То есть, совместное сосуществование традиционных методов и новшеств цифровой экосистемы позитивным образом оказывают воздействие на всю систему платежей как на национальном, так и на международном уровне. Это подталкивает банковские и не банковские финансовые организации переходить на внешние и партнерские механизмы формирования экосистемных продуктов.

В последнее время заметна тенденция нарастающей популярности цифровых финансовых технологий во всех сферах жизнедеятельности, в том числе в банковской деятельности. Это предоставляет возможности разработки новых банковских услуг и сервисов, создавая более благоприятные условия для пользователей, и повышает цифровую и финансовую грамотность граждан, укрепляется взаимосвязь между банком и клиентами.

В странах Евразийского экономического союза относительно банковского сектора доступные цифровые экосистемы демонстрируют о доступности цифровых финансовых услуг. Что это значит, цифровые технологии способствуют развитию банковской системы во всех странах-участницах ЕАЭС. Банки, в свою очередь, применяя новые технологии предпринимают все меры для создания условий удобных для клиентов. Теперь проводить операции по платежам стали значительно удобными для клиентов. Цифровые услуги также

усиливают конкурентоспособность банков, делая финансовые услуги удобнее и доступнее, чем привлекают больше клиентов.

Успех цифровизации банков в странах ЕАЭС непосредственным образом связана от стратегической направленности банка. Так, крупные банки задействуют все усилия для активного внедрения цифровых технологий в процесс осуществления всех банковских операций, тем самым создав единую платформу для клиента, где он может воспользоваться всеми необходимыми услугами.

В то время, маленькие и средние банки, располагая относительно малыми ресурсами, попытаются сосредоточиться на узких направлениях. Например, они могут запустить специальные цифровые продукты для небольшой группы клиентов и т.д.

ГЛАВА 3. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ БАНКОВСКОЙ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ В РАМКАХ ЕАЭС

3.1. Развитие банками собственной экосистемы

Глобальные изменения, происходящие во всех сферах жизнедеятельности человека происходят в основном, благодаря развитию цифровых технологий. Цифровизация захватила весь мир. Без цифровых технологий представить современную жизнь невозможно. Она проникла во все аспекты жизнедеятельности человека. Стремительно развивающиеся процессы цифровизации сильно изменили систему и структуру и всю направленность деятельности банков за последние 10 лет. Теперь банки осуществляют свою деятельность не только, скажем на местах, как раньше, теперь они могут предоставить целый спектр дополнительных услуг.

В результате быстроразвивающегося научно-технического прогресса произошли значительные изменения, которые способствовали формированию нового направления, которую в научной среде обозначили термином *экосистема*. Данная категория непосредственным образом связана с цифровыми технологиями. Применение экосистемного подхода обусловлена новыми формами взаимосвязей и экономических интересов между банком и его клиентами.

Цифровая экосистема банков является специально разработанной бизнес-моделью деятельности коммерческих банков, своего рода платформой для партнерских отношений и оказания различных услуг, для осуществления платежей.

Банковская экосистема значительно отличается от классического понимания банковской системы. Данный подход настолько укоренился в жизни населения, представить деятельность любого банка в любой точке мира – невозможно. Осуществление деятельности банками на основе банковской цифровой экосистемы предоставляет финансовые услуги, где объединяются

различные сервисы для клиентов, причем, все они целенаправлены на создание благоприятных условий для клиента.

Как известно, первые шаги к формированию банковских экосистем были сделаны еще в начале XXI в. Инновационные передовые технологии стремительно ворвались во все сферы жизнедеятельности, в том числе в банковский сектор, что в свою очередь, было вызвано снижением доходов от традиционных банковских операций. В результате, кредитные банковские и небанковские организации были вынуждены трансформировать методологию осуществления банковских операций, чем и вызвана необходимость создания банками собственных экосистем. Также, значительная клиентская база банков послужили причиной создания банковских экосистем.

Таким образом, появление банковских экосистем – явление закономерное. Внедрением новых цифровых технологий в банковский сектор появляется возможность для создания единой цифровой платформы для клиентов не только банка, но и всех финансовых (в том числе не финансовых) организаций [60].

Как и все финансовые организации, банки также стремятся организовать свою деятельность интенсивно, то есть как можно быстрее и дешевле. В связи с чем, стараются уменьшить всевозможные затраты на проведение различных операций, и оказания услуг по обслуживанию и предоставлению сервисов клиентам. Клиенты же, в свою очередь, хотят удобного и простого взаимодействия с банками, так сказать, в зоне комфорта. В связи с чем многие банки во всем мире пересматривают форму и содержание своей деятельности, стараются более усовершенствовать уже функционирующие направления, разрабатывают новые бизнес-модели предоставления услуг.

Если доселе банками осуществлялись определенные операции, одинаковые для всех, предлагались стандартные продукты, удовлетворить потребности современного общества такими продуктами теперь стало невозможно. Это произошло потому, что у банков появилось много конкурентов, есть много коммерческих банков и других финансовых организаций, осуществляющих различные операции с платежами. Ожесточенная конкуренция

на рынке банковского сектора заставляет банки подстраиваться под требования современности.

Банки пошли навстречу небанковским организациям и компаниям, которые в какой-то мере занимаются финансовыми операциями. Например, они создают маркетплейсы, различные приложения и экосистемы, где можно не только управлять деньгами, но и, например, оплачивать услуги. Такой подход способствует банкам сохранять устойчивость в конкурентной борьбе на данном поприще.

Такой подход заявил о себе. Потому что, несмотря на тот факт, что цифровые экосистемы в банках появились недавно, эффективность их деятельности на лицо. Благодаря удобной и продуманной системе у банков становится больше клиентов, а их потребности удовлетворяются лучше. Такие экосистемы действительно работают по сравнению с традиционными способами. Можно выделить некоторые ключевые принципы данной системы:

Модульность. Экосистема банков разработана таким образом, что все оказываемые банком услуги связаны между собой и работают как единое целое. Это создает клиенту значительные удобства, он по своему желанию может выбирать их, и даже комбинировать по необходимости.

Персонализация. В экосистеме все оказываемые услуги и предоставляемые сервисы взаимосвязаны с друг другом. Это делает использование сервисов удобнее, а клиент получает более точные и подходящие ему предложения.

Принцип многосторонних отношений. Если при «старом» традиционном способе предоставления услуг операции осуществлялись способом «тет-а-тет», то есть между клиентом и банком строились непосредственные отношения. В отличии же от традиционного, в экосистеме все взаимосвязано между собой и образует единую сложную сеть.

Координация. Чтобы экосистема работала слаженно, в ней действуют единые правила и стандарты. Это помогает обеспечить удобство для пользователей и избежать хаоса в работе сервисов.

Одним из важных инструментов регулирования банковской системы являются различные законодательные акты, имеющие непосредственным образом отношение к развитию банковского сектора и экономики страны в целом. Банковская система имеет свойственную только ему специфику, которые в свою очередь отражают характерные для банковской системы черты. Исходя из этого экосистему банков на сегодняшний день можно разделить на *специализированные* и *универсальные*.

Специализированные экосистемы разработаны и направлены на оказание соответствующих услуг в узкой сфере, то есть предоставление различных сервисов осуществляется лишь в определённой группе клиентов. К примеру, все финансовые услуги оказывают не все банки. Есть банки, в компетенции которых находится только управление активами, или же выдача кредитов и др. Такого рода финансовые организации более усовершенствуют концептуальную основу своей деятельности, так как они глубоко и тщательно изучают свою область, чтобы предлагать более удобные решения для клиентов.

Универсальные экосистемы – это более широкий и комплексный подход, при котором банк выступает не только как финансовый посредник, но и как полноценная технологическая платформа, предоставляющая разнообразные нефинансовые и финансовые услуги. Универсальные экосистемы часто включают в себя не только традиционные банковские операции, но и сферы, такие как страхование, инвестиции, покупка недвижимости, здравоохранение и образование, а также IT-сервисы.

Учёными выдвинута концепция, где внимание акцентируется на некоторых важных признаках, определяющих суть экосистемы банков, которая имеет большую популярность среди потребителей. Разработанная модель экосистемы банков предлагает эффективный способ ведения банковского бизнеса, опираясь на которую можно перечислить следующие основные признаки (рисунок 3.1).

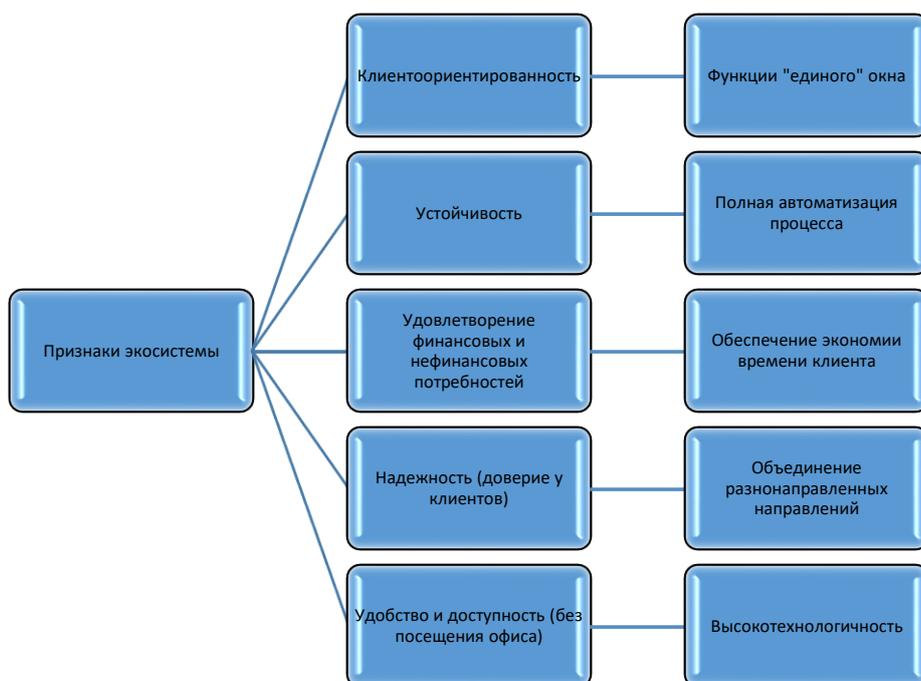


Рисунок 3.1. Обязательные признаки банковских экосистем

Источник: составлено автором.

Все явления в экономическом секторе в определенной мере имеет свою динамику, в том числе банковская система. Любое движение сопровождается как положительными, так и отрицательными сторонами.



Рисунок 3.2. Плюсы внедрения экосистем для клиентов и банков

Источник: составлено автором.

Наравне с положительными сторонами банковской деятельности существуют также и явления, оказывающие негативное воздействие как на клиентов, так и на самих банков. В какой сфере банковской деятельности больше всего наблюдается подобные явления? И какие изменения сейчас происходят? (рис. 3.2).

Попробуем проанализировать.

Конкуренция.

Организация, которая регулирует работу банковской и финансовой системы в стране (к примеру, Национальный банк, Центральный банк) следит за стабильностью банковской системы, защищает интересы как клиентов, так и самих кредитных организаций. При случае, если комбанки закрывают экосистемы, где собраны все банковские и небанковские услуги, то они накапливают огромное количество данных о клиентах, это может привести к монополии. Постепенно, такой банк становится влиятельным и начинает оказывать давление на другие банки. Таким образом, это оказывает пагубное воздействие на развитие всей финансовой системы, тем самым способствуя появлению монополии на рынке [53].

С этим согласны большинство экспертов, мнения которых совпадают с высказыванием С. Волкова: «создание экосистем требует значительных инвестиций, что создает дополнительную нагрузку на капитал банков – эти средства уже невозможно быстро превратить в деньги, чтобы закрыть отток вкладчиков или избежать их обесценения. Поэтому это доступно только банкам с очень большим запасом капитала, отсюда одна из ключевых угроз банковских экосистем – негативное влияние на уровень конкуренции ...» [96].

Риск формирования проблемных активов

Когда банк вкладывает свои средства в тот или иной проект, бывают случаи, что не предполагают возврат денег. В результате, банк располагает малой суммой, что препятствует ему вкладываться в более прибыльные проекты и или же выдавать кредиты. То есть, таким образом, банк сильно рискует.

3. Риск информационной безопасности

Если банк в работе экосистемы, созданной основной технологической компанией, он становится зависимым от ее цифровых платформ и решений. Если банк концентрируется только на финансовых услугах, а управление всей экосистемой находится в руках технологической компании, это увеличивает операционные риски. Например, сбои на платформе или изменения в стратегии управления компанией также могут оказать негативное воздействие на развитие банковской системы.

4. Риск вынужденной поддержки

Если у партнеров банка возникают проблемы с финансовым положением, банк должен будет обеспечить безопасность и устойчивость, чтобы избежать негативных последствий для себя. Хотя проблемы возникают не самих банков, а их партнеров, они могут влиять на всю экосистему, в которой работает банк.

5. Снижение лояльности и отток клиентов банка.

Если банк инвестирует свои средства в те или иные проекты, и они окажутся нерентабельными, или же не будут пользоваться спросом, это означает лишь одно – следствие неправильного выбора партнеров.

. Социальный риск.

Не всегда предложенные банками новые услуги с высокотехнологичными продуктами, такие как мобильные приложения и онлайн-сервисы могут быть встречены на ура. В отдаленных регионах, в сельской местности, где нет доступа к Интернету или же население не умеет навыков применения такими современными технологиями, это может создать проблемы.

8. Внутриплатформенные расчеты.

Когда внутри платформ начинают использоваться собственные валюты, такие как баллы или бонусы, это становится похоже на деньги, но такие валюты не регулируются Центральным банком. Поскольку эта валюта не контролируется под контролем банка Кыргызстана (НБКР), это может создать проблемы для финансовой стабильности страны. Например, если такая валюта начнет широко использоваться, это может повлиять на внешние и финансовые процессы, которые должны контролироваться.

Таким образом, экосистема комбанков являясь платформой для развития всей банковской системы. В то же время, может подтолкнуть к определенным рискам, которые, в свою очередь могут привести к определенным ограничениям или даже препятствием в развитии экосистемных моделей в коммерческих банках. Значит, для предотвращения подобных инцидентов недостаточно действий самих банков, необходимо вмешательство соответствующих государственных органов, регулирующих процессы, осуществляемые банками. Также, банкам нужно сосредоточиться на создании хорошей и сплоченной команды, в целях установления эффективных партнерских отношений с перспективными IT-компаниями. Также, банк должен акцентировать свое внимание на основных направлениях своей деятельности.

В ближайшие 3–5 лет нужно внедрить меры для контроля рисков, которые возникают, когда банки слишком активно участвуют в бизнесе, не связанном с финансами (например, в сфере торговли или других услуг). Одной из таких мер будет ограничение объема средств, которые банки могут вложить в такие проекты (не более 30% от их капитала). Также эти вложения будут учитывать как более рискованные, вычитая их из капитала банка при проверке его финансовой устойчивости. Это нужно, потому что активы, вложенные в экосистемы, не всегда можно быстро продать или использовать, особенно если проект становится убыточным или требуется срочно вернуть деньги.

Проанализировав все за и против, для эффективности результатов деятельности экосистем банков необходимо:

- необходимо учитывать мировую тенденцию внедрения экосистемы в банковском секторе, в связи с чем внести соответствующие изменения, дополнения в действующие законодательные акты, учитывающие защиту интересов не только клиентов, также самих кредитных организаций. Такой подход является своего рода предостережением от различных форс-мажорных случаев с мошенниками;
- вопросы, связанные с арендой и/или покупкой определенного помещения, будь это жилая площадь, или же производственная, банки должны тщательно

проанализировать все нюансы, имеющие место во взаимосвязях между пользователями. Такой подход исключает наживнические действия риэлторских агентств, и предоставляет возможности банкам самим регулировать весь процесс, вплоть до оформления документов;

– банк может либо купить уже существующие платформы знакомств, либо создать свою собственную. Это поможет снизить риски, связанные с этой сферой, улучшить качество услуг и привлечь больше пользователей. Поскольку у банка есть доступ к проверенным персональным данным клиентов, он сможет автоматически проверять, действительно ли человек указал верную информацию о себе, и предлагать ему знакомства на основе таких критериев, как возраст, семейное положение, работа или сфера деятельности.

Создание экосистем в банках – это требование сегодняшнего дня. Такие бизнес-модели имеют перспективное будущее. Являясь неотъемлемой частью современного банковского сектора, данная модель вместе с тем, несет определенные риски как для самих банков, так и для их клиентов.

Возникает необходимость уменьшения, а то и искоренения подобных ситуаций. В связи с чем, на государственном уровне осуществлять регулирования деятельности экосистем, и оказывать всяческое содействие чтобы они развивались безопасно. Нужно расширять клиентскую базу, налаживать отношения и союзы с IT-компаниями, с другими интернет-сервисами, развивать ключевые направления своей деятельности.

3.2. Совершенствование системы управления маркетинговой деятельностью банков КР

Плюсы и минусы в динамике банковской системы требует от банков соответствовать современным реалиям, быть конкурентноспособными, иметь устойчивые позиции в рыночных отношениях, перенимать передовые опыты мировых банковских систем. В связи с чем, банковский сектор, как остальные отрасли экономики должен держать себя «тонусе», то есть, искать более

надежные способы ведения банковской деятельности, разрабатывать более эффективные механизмы управления, внедрять новые стратегии осуществления деятельности, применять достижения цифровых технологий. Таким образом, деятельность банков должна быть направлена на создание и усиление потенциала клиентской базы.

Решение этих проблем требует изучение потенциала финансовых рынков как национальных, так и мировых. Выявить закономерности развития, определить направления их развития, акцентировать внимание на более оптимальных банковских услугах. Конкурентоспособность – вот основной критерий, определяющий превосходство на финансовом рынке, будь это на отечественном или же на мировом. Данное определение является своего рода показателем финансовой организации способности адаптироваться к любым внешним и внутренним изменениям.

По сути, если объяснить простыми словами. банки собирают деньги и перераспределяют их. Причем, такие операции он проделывает не своими деньгами. То есть деятельность банков полностью зависит от средств клиентов. При этом, мы не отрицаем тот факт, что у банков есть свой собственный капитал. Таким образом, вся деятельность банков направлена на создание благоприятных условий и взаимных отношений с клиентами, то есть вкладчиками, также с теми клиентами, которые занимают у банка денежные средства, то есть берут кредиты. Насколько гибкие и благоприятные условия ведения деятельности банка, настолько шире охват клиентской базы.

В связи с чем необходимо всегда быть в авангарде, быть в «тренде». То есть, всегда прибегать к лучшим способам ведения деятельности, перенимать передовые опыты мировых банковских систем, гибко адаптируя их местным специфическим свойствам, развивать передовые опыты отечественных банков. Уделять больше внимания на проблемные участки своей деятельности.

Как известно, качество кредитного портфеля коммерческого банка является значительной составляющей его деятельности, в которой должно учитываться, в первую очередь, сбалансированность его деятельности. Почему? Так как в

кредитной деятельности есть проблемы, связанные с кредитным портфелем банка, ибо большая часть заемщиков являются неплатежеспособными, из-за чего значительная часть выданных кредитных средств не возвращаются. В связи с чем важной для всех коммерческих банков действие – сохранять сбалансированность. Это когда одни ссуды находятся под риском невозврата, должно компенсироваться за счет других доходных пользователей. Таким образом, правильно организованная кредитная политика для банковского сектора очень важна.

К примеру, в республике за 2020 год более 30% заемных денежных средств не были возвращены.

По предоставленным данным бюро, деятельность которой направлена на совершенствование действующей финансово-кредитной системы, достижение стабильности в банковском секторе и финансово-кредитных отношений в целом в начале 2024 г. заемщики, у которых были кредиты на тот момент составляли общую сумму более полумиллиона.

Статистические же данные национального банка КР предоставили следующую информацию:

- экономически активная часть населения Кыргызстана насчитывает 2,5 млн. человек;
- количество кредитных заемщиков в КР насчитывает примерно 600 тыс.;
- при учете возрастной категории населения страны каждый четвертый гражданин Кыргызстана имеет кредитный долг;
- в среднем на каждого заемщика приходится кредитный долг в сумме 223 тыс. 291 сом.

Выше представленные цифровые сведения демонстрируют насколько укоренилось понятие кредит для населения Кыргызстана. Это при том, что указанный долг не включает те проценты, которые должны выплатить, а как известно, невыплаченные проценты будут постоянно расти.

Как видно из таблицы 3.1, в Кыргызстане вопрос кредитного долга населения стоит остро. То есть, сумма всех кредитов, взятых населением, стала больше, чем все наличные и безналичные деньги, которые имеются в обращении.

Таблица 3.1 - Обзор рынка кредитования в КР на начало 2024 г [88]

Основные показатели	Банки	Микрофинансовые организации	Итого
Количество активных заемщиков	376 428	194 061	536 662
Количество заемщиков с актив. параллельными кредитами	67 906	42 944	77 023
Доля заемщиков с активными параллельными кредитами	18 %	22%	14%
Количество заемщиков с просроченными кредитами	99 847	14 681	113 226
Доля заёмщиков с просроченными кредитами	27%	8%	21%
Количество активных кредитов	330 576	141 310	471 886
Объём кредитного портфеля, сом	95 723 584 694	9 644 485 516	105 368 070 210
Средний размер кредита, сом	289 566	68 251	223 291

Как видно, еще в 2023 году данная ситуация имело место в Кыргызстане. Долг в национальной валюте превысил всю сумму сома, находящихся в экономике страны. Перешагнув «красную черту», уже в 2024 году долг населения страны перед коммерческими банками составил 96,3 млрд. сом, при учете, что денежная база Кыргызстана составила всего лишь 60,4 млрд. сом (рисунок 3.3.).



Рисунок 3.3. Динамика кредитной задолженности по КР, 2015-2024 года [97].

Развитие экономики непосредственным образом зависит от финансовых систем, кредитных ресурсов, денежно-кредитной системы страны в целом. Как известно, основную долю финансового составляющего страны приходится коммерческим банкам. В связи с чем регулирование денежно-кредитной политики имеет важную роль. Если, кредитный долг превышает над денежной массой, это отразится на экономическом положении всей страны. Это говорит о том, что львиная доля денег будет скоплена в банках, что, в свою очередь, приведет к снижению оборота денег в экономике.

Если у большинства населения и различных компаний имеются много кредитов, при этом они не платежеспособны, это приведет к тому, что они перестанут брать новые займы. При первом же случае, заемщики будут отдавать свои средства для погашения долгов, то есть, деньги будут уходить в банки для погашения старых долгов. В такой ситуации коммерческие банки тоже должны себя обезопасить, кредиты теперь будут выдавать, тщательно анализируя все за и против. То есть, начнут действовать, как гласит народная мудрость, «Обжегшись на молоке, дуют на воду».

На сегодняшний день, имея за плечами более или менее пережитый опыт коммерческие банки Кыргызстана стали вкладывать деньги в безопасные и надежные проекты и программы, имеющие определенные взаимосвязи или же гарантии со стороны Национального банка. Так, выпущенные Нацбанком КР специальные ценные бумаги (ноты НБКР) и краткосрочные депозиты «овернайт» имеют большую популярность среди комбанков. В среднем каждый день банки вкладывали в такие операции 9,2 млрд сомов, тогда как раньше (за 8 месяцев 2024 года) эта сумма была всего 2,2 млрд сомов.

За 8 месяцев 2024 года банки вложили в краткосрочные депозиты «овернайт» в Национальном банке 1 трлн 129 млрд сомов. Мы наблюдаем определенную динамику, это намного больше, чем 173 млрд за тот же период в 2023 году. По сути, коммерческие банки и Национальный банк ведут «внутреннюю игру»: НБКР может печатать деньги без ограничений и

выплачивать проценты банкам, а банки активно вкладывают туда свои свободные средства, вместо того чтобы пускать деньги в экономику.

Таким образом, в банках страны накапливается львиная доля денежных средств, то есть они лежат «неподвижно», что приносит большой урон экономике в целом, так как деньги в движении смогли бы способствовать осуществлению предпринимательской деятельности многих бизнесменов. Надо отметить, что длительное продолжение такого обстоятельства может привести к катастрофическим последствиям: падение цен, инфляция, сокращение, а то и вовсе прекращение производства, товарооборота, которые непосредственным образом определяют основную часть налоговой деятельности.

В такой затруднительный период для страны экономика держится на плаву благодаря следующим источникам притока капитала. Это:

- присылаемые трудовыми мигрантами из-за рубежа денежные средства;
- международные гранты и кредиты.

На сегодняшний день в затруднительном положении находятся основная часть населения страны, в том числе различные компании, которые не могут своевременно выплачивать кредитные долги. Число таких плательщиков растет с каждым днем. Суды заполнили иски по взысканию заложенных имуществ задолжников.

Несмотря на увеличение количества выдаваемых кредитов коммерческими банками, наряду с ними растет и число неплательщиков. Если взять ситуацию за 2021–2022 годы, можно увидеть, что ситуация ничуть не улучшилась, задолжники также остаются в трудном положении по отношению к выплате долгов [68].

Конечно, банки владеют соответствующей суммой, чтобы осуществлять выдачу кредитов, вопрос совсем в другом. Речь идет о ненадежности самих заемщиков, которые в это затруднительное время не имеют возможностей своевременно закрывать долги по кредитам.

Поэтому перед банками стоит важнейшая задача по поиску оптимальных путей решения сложившихся ситуаций. И такие пути есть.

Так как деятельность банков является своего рода показателем роста экономики, современные условия финансового развития требуют капитализации банков. В связи с чем, банки Кыргызстана предпринимают шаги по укрупнению и объединению своих капиталов. В 2024 году несколько банков решили слиться в более крупные структуры.

Чем крупнее, тем устойчивее становятся финансовые организации, так как в арсенале имеют значительно внушительную сумму и возможностей по осуществлению различных операций по инвестированию, кредитованию и т.д.

Предприниматели тоже, в свою очередь, стараются иметь дело именно с такими мощнейшими альянсами, так как их потенциал может гарантировать им более перспективное будущее их предпринимательской деятельности. Это вселяет в предпринимателей надежду на положительные результаты, они больше им доверяют. Доверие – это значит, банк становится полноправным доверенным, на которого можно положиться и доверить на хранение свои средства.

Быть конкурентоспособными – это означает быть во все орудии. В нашем случае, банки, чтобы устоять перед ожесточенной конкуренцией должны внедрять достижения новых цифровых технологий, для создания благ и удобств для клиентов.

На сегодняшний день «избалованного» клиента банков традиционными формами банковского обслуживания не удивишь. Для привлечения большего числа клиентов банки должны прибегать к оказанию дополнительных услуг. К примеру, дать консультации, оказать определенные сервисы, которые на первый взгляд не будут иметь ничего общего с кредитами [51].

Банки используют разные способы, чтобы привлекать клиентов и делать свои услуги удобнее. Они работают в четырех направлениях:

Продукты – разрабатывают новые услуги и улучшенные версии старых (например, удобные кредиты, вклады с хорошими условиями).

Цены – устанавливают выгодные тарифы и проценты, чтобы клиенты выбирали именно их банк.

Доступность – делают услуги проще и удобнее: открывают больше отделений, создают онлайн-банкинг, мобильные приложения.

Стимулы – предлагают бонусы, скидки, акции, чтобы люди чаще пользовались их услугами.

Как видно, банк целенаправленно придерживается стратегии по усовершенствованию работы. В связи с чем он должен всячески находить пути и способы для удовлетворения потребностей клиентов. В то же время это помогает банку зарабатывать больше, развиваться и укреплять свою позицию на рынке.

В ходе диссертационного исследования проведен анализ всей банковской системы (не только одного банка), относительно удовлетворенности клиентов услугами банка [17]. В опросе принимали случайные посетители банков, независимо от пола, возраста, социального положения, что способствовало получению объективных результатов. Опрос был осуществлен в виде анкетирования.

Полученные сведения способствовали определению как плюсов, так и минусов в организации деятельности в банковской системе.

Всего в опросе принимали участие 150 респондентов, которые не имели ничего общего с друг другом. Весь процесс опроса занял несколько месяцев. Первичные данные были собраны в течение нескольких месяцев. Данные для исследования собирали самостоятельно, без использования готовой информации из других источников. Автор сам организовал опрос или анкетирование. Разработаны специальные вопросы для анкетирования. На все вопросы были получены ответы.

Возрастная категория респондентов не имеет определенных ограничений, но при этом, среди них преобладают лица от 25 до 30 лет (18-25 лет – 35,10 %; 26-30 лет – 48,60 %) (рисунок 3.4).

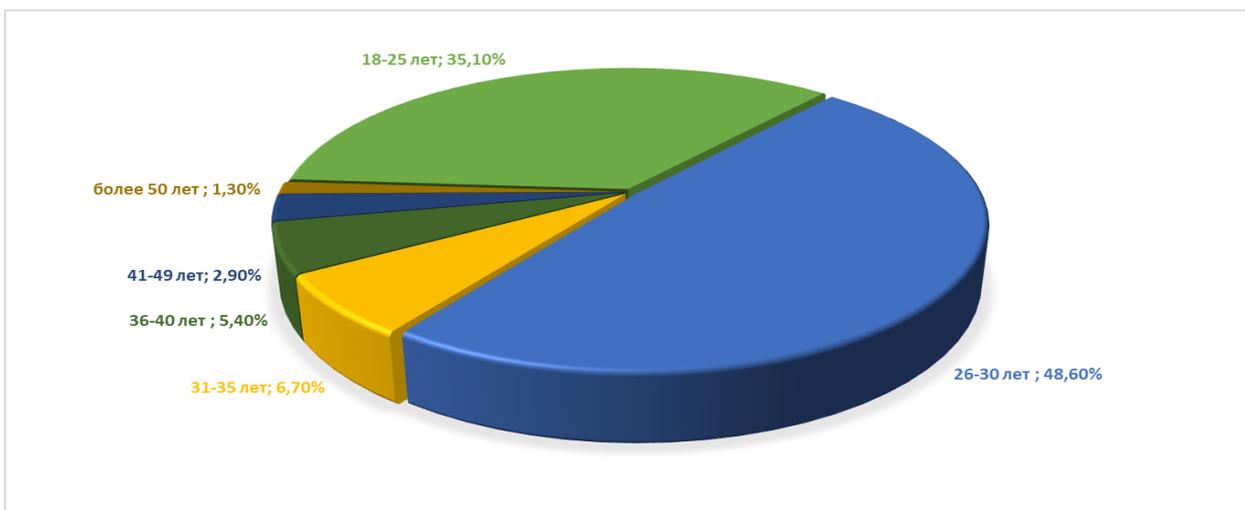


Рисунок 3.4. Возрастной состав респондентов в (%)

Источник: составлено автором по результатам проведенного анкетирования.

Среди разработанных для анкетирования содержатся вопросы относительно деятельности Мбанка. Большинство респондентов дали утвердительные ответы об удобстве при обслуживании, при том, что большинство опрошенных одновременно обслуживаются в нескольких банках.

К примеру, один из респондентов заработную плату получает в РСК банке, а кредит получил с КИСВ. Есть также среди опрошенных респонденты, не имеющие ничего общего с банками.

В ходе диссертационного исследования деление опрошенных были поделены на группы по таким признакам, как возраст, пол, образование, уровень дохода, семейное положение и т. д. Такие детальные данные способствуют банкам находить своих потенциальных клиентов, чтобы расширять ареалы своей деятельности, данные таблицы 3.2.

Таблица 3.2 – Распределение потенциальных клиентов по выбранным ими банкам (%)

№ п/п	Банк / Возраст	
	Мбанк	
	Бакай банк	
	Оптима Банк	

	Демир Банк	
	Айыл Банк	
	РСК Банк	
	Не обслуживаются в банке	
	Всего	

Источник: составлено автором по результатам проведенного анкетирования

Каждая возрастная категория определяет свои критерии оценки надежности банка (рисунок 3.5)

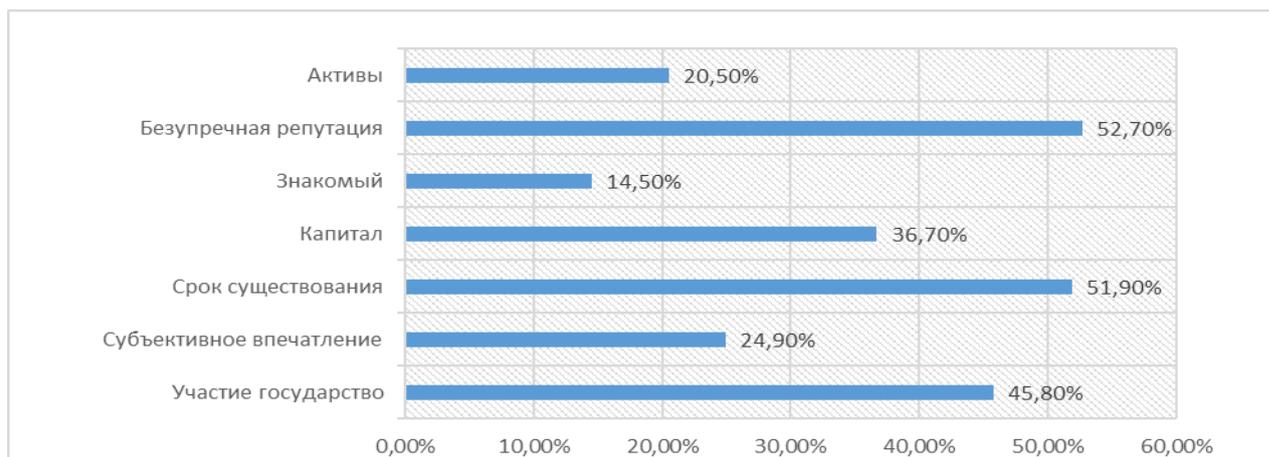


Рисунок 3.5. Критерии надежности банка (по мнению клиентов)

Источник: составлено автором по результатам проведенного анкетирования

Проведенный опрос респондентов также содержал вопрос о выборе банка, на который большинство ответили, что в первую очередь, они обращают внимание на его репутацию. Это значит, что многие клиенты недостаточно разбираются в экономике и не могут самостоятельно оценить финансовое состояние банка по его отчетам, а больше полагаются на общую известность и стабильность.

На вопрос по какой причине они обращаются в банк, преобладающее большинство респондентов ответили, что намереваются получить кредиты – это около 65-66%, а больше 50% опрошенных ответили, что они идут в банк, чтобы получить пенсию. Среди опрошенных респондентов лишь малая часть, это около заявили, что являются активными пользователями банковских карт (рисунок 3.6).

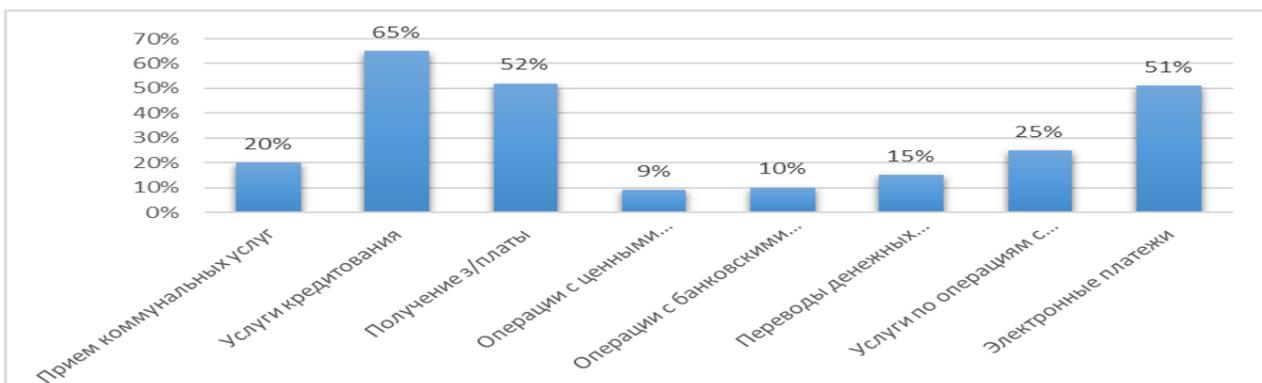


Рисунок 3.6. Показатели спроса на банковские услуги среди населения

Источник: составлено автором по результатам проведенного анкетирования

В ходе диссертационного исследования было выявлено, что клиенты имеют полную свободу при выборе банка. Поэтому они обращаются ко всем коммерческим банкам, сравнивают качество оказываемых ими услуг, это демонстрируют также результаты опроса, где почти 80% опрошенных соглашались с вышесказанными, когда около 20% респондентов предпочитают сотрудничать исключительно с одним банком. Самыми востребованными среди коммерческих банков Кыргызстана среди респондентов были подчеркнуты Мбанк, Оптима, КІСВ (рисунок 3.7).

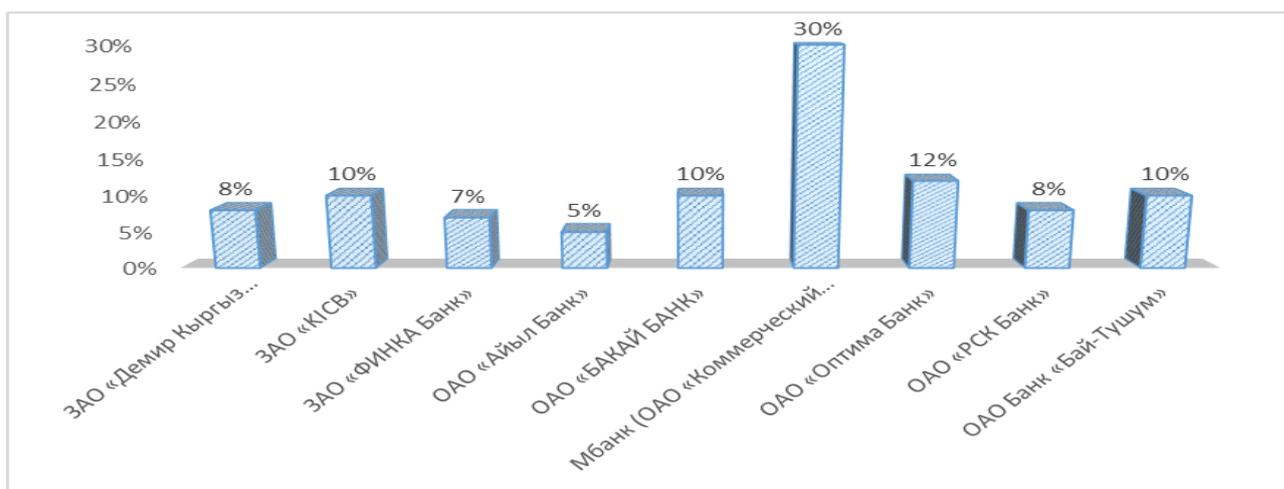


Рисунок 3.7. Рейтинг коммерческих банков (по мнению потенциальных клиентов)

Источник: составлено автором по результатам проведенного анкетирования

Немаловажную роль в развитии экономики страны играет уровень развития маркетинга при оказывании услуг клиентам (рисунок 3.8).

Угодить клиенту очень трудно. Как показывает результаты опроса, почти одна вторая часть согласны с мнением, что обслуживание в банках не выше удовлетворительного, а около 20% опрошенных высказывали свое недовольство. И всего лишь больше 15% респондентов выразили полное предпочтение к банкам [27].

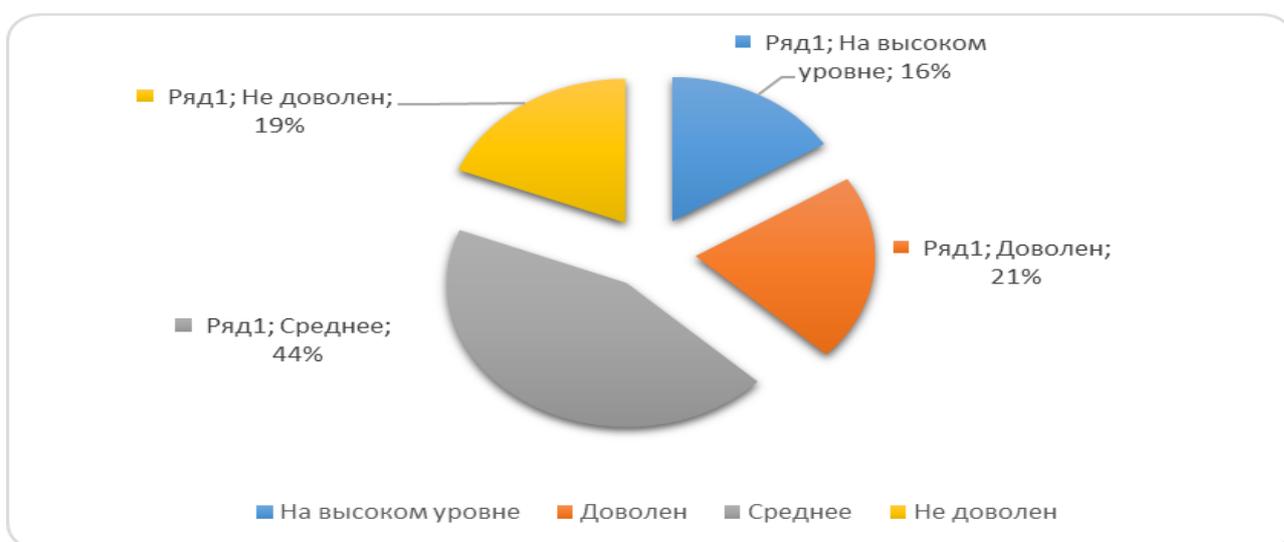


Рисунок 3.8. Степень удовлетворенности опрошенных оказанными банковскими услугами

Источник: составлено автором по результатам проведенного анкетирования

Что послужило ключевым фактором определения уровня обслуживания в банке? Это, в первую очередь, обходительность сотрудников банка, то есть их благосклонное отношение к клиентам.

Проведенный анализ деятельности банковской системы республики продемонстрировал значительные успехи в освоении маркетинговых стратегий. Перенимая передовые опыты и достижения мировых банковских систем, банки стараются их адаптировать к требованиям и условиям местного колорита.

Опросы показали, что клиенты высоко оценивают индивидуальный подход и инновационные банковские продукты, которые банки внедряют для

удовлетворения потребностей своих клиентов. Также значительное внимание уделяется использованию современных методов обслуживания, что, по мнению клиентов, способствует улучшению общего клиентского опыта.

Кроме того, для укрепления своего положения на рынке банки активно работают над имиджем и связями с общественностью, что также подтверждается положительными отзывами клиентов, отмечающих значимость репутации и доверия к финансовым учреждениям. Результаты анкетирования показали, что большинство клиентов ценят не только финансовые продукты, но и уровень обслуживания, что делает качество взаимодействия важной частью маркетинговой стратегии банков.

Таким образом, по результатам проведенного исследования выявлено, что самым оптимальным решением в развитии банковского сектора страны является принятие опыта проверенных мировых маркетинговых стратегий. Это, в свою очередь будет способствовать более усовершенствовать механизмы выдачи кредитов. Это долгосрочные и стратегические вложения, которые могут обеспечить устойчивый рост не только самих банков, но и всего финансового сектора страны, удовлетворяя потребности экономики и населения в целом.

Учитывая тот факт, что Кыргызстан относительно недавно обрел суверенность, и развитие финансового сектора опиралась в основном на собственных опыта, можно заметить главное упущение республики относительно банковской политики – банковская маркетинговая стратегия осуществлялась без учета внешнего фактора, без изучения финансового рынка в целом. В результате банки предлагали свои услуги всем подряд, не учитывая реальные потребности клиентов. Вместо того чтобы провести анализ и учет необходимой банковской продукции по конкретному случаю, они просто навязывали стандартные услуги.

Современные вызовы и требования рынка диктуют свои условия, независимо от уровня развитости банка. В связи с чем, чтобы отстаивать свою конкурентоспособность банкам необходимо объединяться, создавать коалиции. Перенимая достижения и мировые передовые опыты в банковской сфере,

коммерческие банки Кыргызстана должны применять в своей деятельности достижения цифровых технологий, ибо, привлечение «избалованного» современного потребителя банковской продукции задача не из простых. Таким образом, маркетинговая стратегия банков непрерывно должна обновляться, дополняться новшествами. Улучшение или же разработка новых механизмов обслуживания клиентов – основная цель маркетологов банков. В результате плодотворных поисков оптимальных путей совершенствования создаются платформы экосистем, где оказываются даже нефинансовые услуги.

Таким образом возникает необходимость разработки и внедрения в деятельность банков системы по улучшению взаимоотношений с клиентами, где основная цель акцентируется на прибыли банка, но при этом, важным аспектом остается сохранение долгосрочных отношений с клиентами [30].

Общая цифровая платформа для банков стран ЕАЭС позволит гармонизировать финансовые процессы, ускорить расчёты и улучшить доступ к финансовым услугам для населения и бизнеса. Она способствует снижению финансовой исключенности и поддерживает социально-экономическое развитие региона. Интеграция правовых и логистических процедур стимулирует рост цифровой экономики в странах ЕАЭС.

Эффективность деятельности банков зависит от многих факторов. Так как основная аудитория, куда направлена все усилия в банковской системе – это клиенты. На сегодняшний день применение традиционных способов обслуживания далеки от совершенства, в связи с чем, банки всеми возможными способами стараются привлекать к себе клиентов. Для успешной работы с клиентами банк должен использовать современные технологии. Преимущество цифровых технологий заключается в том, что он позволяет предлагать людям именно те банковские услуги, в которых они нуждаются.

Во всех коммерческих банках работает целая команда маркетологов, которые проводят различные исследования, анализируют ситуации как внутри, так и во внешней стороне, выявляют предпочтения клиентов [95].

Маркетинговый анализ помогает банку лучше понять своих клиентов. Для этого используется сегментация [41], то есть более тщательное, детальное изучение рынка. Как ее осуществить?

Создается клиентская база, которая группируется по определенным критериям, например, по масштабу, доходам, сферы деятельности и т.д. Такой подход помогает легче адаптироваться к условиям рынка, и упрощает процедуру по предоставлению соответствующей продукции согласно требованиям клиентов.

В результате дифференцированного подхода при сегментации клиентской базы можно определить группы значимых клиентов, а также перспективные отрасли и территории. Вычислив приоритетные стороны по каждой сегментной структуре, можно рассчитать размер потребности клиента в банковских услугах. Банк изучает, какие у компании есть активы и как ее бизнес зависит от сезонов. Это помогает понять, сколько денег компании может понадобиться в разное время года – например, когда нужно взять кредит или, наоборот, куда выгодно вложить свободные средства в период спада активности. В банке работают специалисты, которые осуществляют анализ обращения денег. Создается специальная база данных, где автоматически отражаются платежи, осуществляемые клиентами банка.

Банк должен предлагать клиенту экономически эффективную продукцию. Для этого нужно грамотно подходить к решению вопросов, это помогает понять, насколько банк может извлечь выгоду из этого обслуживания.

Грамотно разработанный стратегический маркетинг позволяет банкам привлекать новых клиентов, и развивать отношения уже существующими, переходя на новые уровни оказания услуг. Пример: если один из клиентов банка занимается поставкой сырья, а другой из него производит готовую продукцию, банк может предложить им льготные тарифы, при условии, что они будут обслуживаться в одном банке [53].

Учитывая интересы каждого из клиентов, банк тем самым расширяет свою клиентскую базу, это, в свою очередь является эффективным способом

повышения прибыли и их конкурентоспособности. В таких случаях особенно важно установление более дружелюбных отношений с важными (прибыльными) клиентами. Наладить такие отношения банкам предоставляется возможным только в том случае, если в банке работают высокопрофессиональные, компетентные специалисты, владеющие информацией об особенностях рыночных отношений в мировой экономике и на региональном уровне.

Изучив клиентскую базу тщательно, специалист осведомлен о всех его возможностях и потребностях, в связи с чем, для большего привлечения их интересов он может предложить им дополнительные возможности, о которых они могут не знать. Разумеется, такой подход будет иметь положительный эффект, так как от таких предложений клиенты не будут отказываться. А для этого необходимо лишь знания сотрудника в области инновационных технологий. Нужно интенсивно внедрять автоматизированные инструменты при анализе информации, что в свою очередь, позволяют клиентам быстро получать полную информацию о продуктах банка [81].

Внедрение автоматизированных услуг в систему банка позволяет значительно повысить эффективность работы, также такой подход экономически выгодно как для клиента, так и для самого банка. Благодаря таким новшествам сотрудники банка получают необходимую информацию, не затрачивая для этого время и средства, что в свою очередь приводит к повышению эффективности оказываемых услуг, что служит важной основой для клиентов при выборе банка

Внедрение клиентоориентированной стратегии в работу кредитных учреждений основано на проведении инвентаризации существующих бизнес-процессов, агрегированная структура которых была представлена выше. Формирование новой системы управления компании предполагает распределение функций, соответствующих данной стратегии. В банке происходит четкое разделение функций, критерии эффективности которых расположены в области обслуживания клиентов:

- время обслуживания;

- объем неудобств, которые испытывают клиенты при получении услуги;
- количество персонала компании, который взаимодействует с клиентом при получении услуги;
- качество обслуживания клиентов;
- показатели удовлетворенности клиентской базы;
- показатели устойчивости и лояльности клиентской базы;
- доля бизнеса, приносимая новыми клиентами;
- объем информации о клиентуре компании и т.д.

Особо следует акцентировать внимание на то, что в клиентоориентированной стратегии банка резко усиливается роль и значение маркетинга и рекламы, поскольку разработка новых кредитных услуг невозможна без исследования потребностей клиента и интересующих их ценностей. Отдел по развитию банка становится своеобразным информационным центром, в котором аккумулируются все данные как о существующих, так и о потенциальных клиентах. Именно такое подразделение создает и ведет маркетинговую информационную систему (сведения о клиентах, продуктах, маркетинговых акциях компании и т.д.), без которых невозможна успешная организация продаж кредитных продуктов.

Таким образом, отдел по развитию превращается в исследовательский центр, в организатора продаж, в основе которого в отношении клиента лежит комплексный подход, предлагающий рассмотрение объекта в виде совокупности взаимосвязанных элементов, сочетание которых способствует финансовой защите своих ресурсов. Такая перестройка системы продаж необходима наряду с ее ориентацией на индивидуальные и корпоративные потребности клиентов, а также на специальные и массовые кредитные продукты.

Очевидно, что переход от традиционной селективной к клиентоориентированной стратегии управления требует от банков тщательной подготовки к такому инвестиционному проекту и не может осуществиться в короткий срок. Перестройка кредитного бизнеса, по оценке специалистов, и повышение степени клиентоориентированности рассчитаны, как правило, на

среднесрочную перспективу и при правильной формулировке задач внедрение стратегии успешно может быть реализовано на срок порядка полутора-двух лет.

Первая стадия внедрения клиентоориентированной стратегии состоит из составления списка клиентов компании.

На второй стадии компания пополняет данные сведения информацией о клиентах:

- юридические лица: репутация на рынке, финансовое положение, вид деятельности и т.д.;
- физические лица: социальное положение, возраст, оценка кредитной истории и т.д.

Третья стадия внедрения заключается в формировании основных предпочтений клиента.

Четвертая – это интерпретация информации, которая получена в результате предыдущих стадий исследования поведения клиента.

В стратегии одну из ключевых ролей играют подразделения клиентских отношений, работа которых обеспечивается и поддерживается всеми остальными подразделениями банков. Это предполагает не только создание команды по работе с клиентами, но и формирование мощной поддерживающей информационной системы (управление клиентской базой данных, мультимедийный коммуникационный центр, электронная и факсимильная рассылка, вэб-взаимодействие).

Функциональность клиентоориентированной стратегии охватывает продажи и сервис, маркетинг, анализ данных, поддержку клиентов, что соответствует стадиям привлечения клиентуры от заключения договора до завершения сделки по предоставлению кредита заемщику.

Для системы входной информацией служат данные, которые характеризуют клиента:

- история контактов (приобретение кредитных продуктов, информационные запросы, запросы на обслуживание, претензии и т.д.);
- профиль (доход, возраст и т.д.).

С помощью данной стратегии компания удобным для нее способом вводит информацию о клиенте в базу данных, которая при каждом взаимодействии с клиентом обновляется независимо от того, личное ли это посещение компании клиентом, телефонный разговор или связь по факсу, почте или через Интернет.

Стратегия позволяет ранжировать и сохранять информацию, полученную в соответствии с заданными критериями. Причем данные сведения для брокерской компании могут храниться в стандартной форме.

Для того чтобы дать объективную оценку внедряемой стратегии, необходимо применить методику оценивания ее разных сторон полезности. Существует множество техник, параметров и процедур, с помощью которых осуществляется оценка различных систем применительно к разным организациям.

Для оценки и улучшения работы коммерческих банков необходим продуманный рациональный подход, который заключается в сочетании в себе маркетинго-экономические аспекты, который целенаправлен на определение и выявление как положительных, так и отрицательных позиций в динамике экономического развития, в том числе в банковском секторе. Данный подход был разработан и представлен в виде схемы-рисунка ниже.



Рисунок 3.9. Организация деятельности по разработке клиентоориентированной стратегии банка

Источник: составлено автором на основе данных коммерческого банка.

Таким образом, банком разрабатывается и осуществляется стратегическая политика, ориентированная на привлечении клиентов, значит все проводимые банком операции нацелены на создание благоприятной среды и условий для клиента. Для этого, необходимо внедрять в систему банка новшества, а иногда бывает необходимо перестроить структуру всего банка. Как именно эта структура меняется, представлена в таблице 3.3 ниже.

Таблица 3.3 – Структура бизнес-процессов клиентоориентированной стратегии банков

У п р а в л е н ч е с к к и й б л о к	Клиентский блок	Блок разработки продуктов	Поддерживающий блок
О б щ е у п р а в л е н и е	Управление отношениями с клиентами	Организационно-техническое развитие	Обеспечение деятельности брокерской
С т р а т е г и ч е с	Определение зоны потенциальных клиентов	Управление информацией о клиентах	Управление человеческими ресурсами

к о е у п р а в л е н и е			
С в о д н о е п л а н и р о в а н и е	Идентификация клиентов	Управление продуктовым рядом	Управление IT- системами
У п р а в л е н и е р и с к а м и	Идентификация клиентов	Управление качеством	Управление внешними связями
У п р а в л е н и е р и с к	Привлечение клиентов		Общее администрирование

а м и			
Э к о н о м и ч е с к о е п л а н и р о в а н и е и к о н т р о л л и н г	Удержание клиентов		Прочие корпоративные службы
В н у т р е н н и й к о н т р о л ь	Развитие клиентов		
У п р а в			

Л е н и е к о р п о р а т и в н ы м и п р о г р а м м а м и и п р о е к т а м и			
--	--	--	--

Источник: разработано и составлено автором.

В банковской системе всегда предусмотрены различные процедуры по улучшению взаимоотношений с клиентами (CRM). Для этого в банке разрабатываются меры по эффективному выстраиванию взаимоотношений с клиентами, для того чтобы дать объективную оценку потенциалу банка при осуществлении своих стратегических целей.

Внедряя подобную стратегию, организации деятельности банковской системы банк основывается на следующих принципах:

- Клиентоориентированность – то есть, создание системы услуг, направленных на высококачественное обслуживание клиента;

- Привлечение клиентов – создание и развитие имеющейся клиентской базы, проведение различных пропагандистических работ по привлечению новых клиентов и укреплению взаимосвязей с предыдущими клиентами;
- Применение инноваций в технологии – улучшение сервиса по обслуживанию клиентов, применение передовых достижений цифровых технологий.

Программа реализации клиентоориентированной стратегии развития коммерческого банка представлена в таблице 3.4.

Таблица 3.4 – Программа реализации клиентоориентированной стратегии развития

Блок мероприятий	Мероприятия в составе блока	
	Перечень мероприятий	Показатели оценки эффективности мероприятий
Создание клиентоориентированной структуры	- сегментация; - рекламные компании; - планирование по клиенту	- число новых клиентов; - объем продаж; - процент откликов
Развитие клиентской базы	- оценка потребностей клиентов; - управление сделками; - индивидуальные предложения	- период продажи; - число контактов в день; - число сделок; - средний размер сделки
Улучшение технологии обслуживания клиентов	- управление обращениями клиентов; - скорость обслуживания; - управление претензиями	- процент потерь клиентов; - пожизненная стоимость клиента; - процент операционных ошибок
Улучшение взаимоотношений с клиентами	- анализ потребности клиента; - прогноз бизнес-потребностей; - кросс-продажи	- средний прирост объема сделок; - кросс-продажи; - процент оказанных дополнительных сервисов клиенту

Источник: составлено автором на основе данных коммерческого банка и анкетирования.

Внедрение клиентоориентированной стратегии коммерческого банка основано на проведении инвентаризации существующих бизнес-процессов, агрегированная структура которых была представлена выше. Формирование новой системы управления банком предполагает распределение функций, соответствующих данной стратегии. В банке происходит четкое разделение функций, критерии эффективности которых расположены в области обслуживания клиентов.

3.3. Общая цифровая платформа банковской системы стран ЕАЭС

Общая цифровая платформа банковской системы стран ЕАЭС представляет собой интегрированную технологическую структуру, направленную на унификацию и стандартизацию банковских услуг внутри Союза.

Внедрение такой платформы способствует улучшению взаимодействия между финансовыми учреждениями, повышая эффективность финансовых операций, сокращая временные затраты и снижая издержки для пользователей. В рамках платформы банки стран ЕАЭС смогут обмениваться информацией в режиме реального времени, предоставляя клиентам возможность совершать транзакции на едином рынке с минимальными барьерами. Важным аспектом является обеспечение высокого уровня безопасности данных, что требует внедрения передовых технологий защиты информации и соответствующих стандартов криптографической защиты. Развитие общей цифровой платформы также способствует расширению финансовых услуг для граждан и бизнеса, повышая доступность кредитования, платежных услуг и иных банковских операций, что является ключевым фактором в формировании общего финансового рынка.

Разработка и внедрение общей цифровой платформы в банковской системе стран ЕАЭС создаёт значительный потенциал для гармонизации финансовых процессов и обеспечения совместимости национальных платежных систем. Одним из важных направлений является интеграция платформы с существующими цифровыми решениями, такими как мобильные приложения и интернет-банкинг, что позволит обеспечить seamless (бесшовный) доступ к финансовым услугам для пользователей в любой точке Союза. Такая платформа также играет ключевую роль в стандартизации процедур проведения платежей и транзакций, что облегчает процесс межбанковских расчетов и способствует ускорению процессов финансовых операций. Это особенно важно в контексте глобализации финансовых рынков и растущего спроса на мгновенные

международные переводы. В долгосрочной перспективе создание общей цифровой платформы может также способствовать снижению уровня финансовой исключенности, улучшению доступа к финансовым продуктам для населения и малого бизнеса, что имеет особое значение для социально-экономического развития стран ЕАЭС.

Разработка общей цифровой платформы в банковской системе Евразийского экономического союза (ЕАЭС) имеет решающее значение для повышения финансовой интеграции и доступности. Поскольку цифровизация преобразует финансовые услуги во всем мире, многие страны ЕАЭС приводят свои банковские системы в соответствие с современной технологической инфраструктурой. Переход к цифровым платформам позволяет улучшить взаимодействие с клиентами, оптимизировать трансграничные транзакции и повысить операционную эффективность банков.

Одним из важных факторов, обуславливающих этот сдвиг, является растущая популярность мобильного и цифрового банкинга. Например, мобильный банкинг уже показал заметный рост использования во всем мире, при этом транзакции в некоторых регионах, выросли, к примеру со 1,62 млрд. долларов в 2013 году до более чем 14, 726 млрд. долларов к 2024 финансовому году. Аналогичные тенденции возникают в ЕАЭС, где страны активно разрабатывают цифровые инструменты для лучшего обслуживания своего населения. Платформы, связывающие клиентов с финансовыми продуктами через границы, становятся обычным явлением, предлагая трансграничный доступ к финансовым услугам и повышая конкуренцию и прозрачность.

Кроме того, ЕАЭС принял инициативы, направленные на то, чтобы цифровые платформы повышали финансовую стабильность, одновременно снижая такие риски, как угрозы кибербезопасности. Страны в рамках союза также рассматривают возможность совершенствования нормативно-правовой базы для управления этими платформами и предотвращения возникающих рисков, связанных с новыми взаимозависимостями между финансовыми институтами и технологическими компаниями. Однако эта трансформация

требует существенных инвестиций в технологии и кибербезопасность, а также в формирование доверия и осведомленности потребителей, что будет иметь решающее значение для долгосрочного успеха таких платформ.

Цель заключается в создании интегрированной, прозрачной и эффективной финансовой экосистемы, которая будет способствовать экономическому росту и расширять доступ к банковским услугам для всех граждан в пределах ЕАЭС.

При объединении цифровой платформы банков стран ЕАЭС, общая цифровая платформа может стать ключевым инструментом для достижения финансовой интеграции, удобства и устойчивости на общем финансовом рынке. Ожидается, что такая платформа обеспечит унификацию цифровых сервисов, повысит эффективность межбанковских операций и обеспечит доступность финансовых продуктов для граждан и бизнеса на всей территории Союза.

Основные особенности такой платформы могут включать:

1. Унифицированный интерфейс и стандарты: Платформа будет обеспечивать совместимость между различными национальными банковскими системами и платежными сервисами, создавая удобную среду для пользователей по всему Союзу. Это включает стандарты для обработки платежей, кредитования, переводов и других финансовых операций, которые должны соответствовать единым требованиям безопасности и эффективности.
2. Доступность финансовых услуг: В странах ЕАЭС, включая Кыргызстан, Беларусь, Казахстан и Россию, разрыв в доступности финансовых услуг между городами и сельской местностью можно будет сократить. Преимущества цифровизации заключаются в снижении стоимости обслуживания, что особенно важно для отдалённых и сельских регионов. Например, цифровые платформы облегчают доступ к кредитованию и микрофинансированию, что расширяет возможности для бизнеса и населения.
3. Интеграция с международными платежными системами: Объединение платформы позволит банкам стран ЕАЭС работать с международными платежными системами, такими как SWIFT, а также развивать собственные системы расчетов, как это уже делается в странах, таких как Китай и Индия. Это

укрепит финансовую устойчивость и повысит безопасность транзакций, особенно в условиях международной нестабильности.

4. Обеспечение высокого уровня безопасности: Важным аспектом будет развитие механизмов защиты данных, включая шифрование и биометрические технологии, для защиты от киберугроз. В ответ на растущие угрозы кибербезопасности, страны ЕАЭС будут вынуждены инвестировать в инновационные решения для обеспечения защиты данных.

5. Регулирование и надзор: для эффективного функционирования общей платформы необходима сильная регулирующая база, которая обеспечит надежность и безопасность финансовых операций. Это включает совместные усилия регулирующих органов для предотвращения финансовых и технологических рисков и улучшения мониторинга на едином рынке.

В долгосрочной перспективе общая цифровая платформа станет драйвером для расширения финансовой интеграции и повышения уровня благосостояния в регионе, предлагая удобные и доступные финансовые решения для граждан и бизнеса.

Маркетинговые цели коммерческих банков при создании общей платежной системы стран ЕАЭС могут быть ориентированы на несколько ключевых направлений, направленных на расширение финансовых услуг, повышение конкурентоспособности и улучшение пользовательского опыта, где основным будет выступать:

1. Расширение доступности финансовых услуг. Одна из главных целей — сделать финансовые услуги доступными для широкой аудитории в странах ЕАЭС, включая граждан и малые предприятия. Это предполагает как улучшение доступа к кредитованию и расчетам через цифровые платформы, так и уменьшение финансовой изоляции отдаленных регионов.

2. Повышение транзакционной активности и удобства. Маркетинговая цель заключается в привлечении большего числа пользователей через удобство и простоту использования платформы. Это может включать в себя оптимизацию

интерфейсов, внедрение новых технологий, таких как биометрия и смарт-аналитика, а также улучшение скорости и безопасности транзакций.

3. Укрепление доверия к платформе. Для успешной маркетинговой стратегии важным элементом будет повышение доверия пользователей к новой системе. Это достигается через внедрение современных систем безопасности, открытость в регулировании и ясность в условия обслуживания.

4. Стимулирование инноваций и конкуренции. Введение общей платежной системы может стать стимулом для появления новых финансовых продуктов и услуг, таких как гибкие кредитные решения, multifunctional мобильные приложения и улучшенные схемы лояльности, что улучшит конкуренцию среди банков и привлекательно для конечных пользователей.

5. Маркетинг на уровне региона. Объединенная платежная система предоставляет уникальную возможность для проведения маркетинговых кампаний на уровне всего ЕАЭС, направленных на повышение финансовой грамотности, знакомство с новыми сервисами и использование преимуществ единого финансового рынка. Это также открывает возможности для транснациональных рекламных стратегий, ориентированных на международную аудиторию.

Таким образом, маркетинговая цель заключается в создании удобной, доступной и конкурентоспособной экосистемы для пользователей и банков в странах ЕАЭС.

При создании общей цифровой платформы банков стран ЕАЭС так же можно говорить об интеграции с электронной коммерцией, страны Союза получают множество возможностей для стимулирования экономического роста, улучшения финансовых процессов и повышения удобства для пользователей. Вот некоторые дополнительные аспекты, которые подчеркивают эти возможности и цели.

1. Ускорение развития электронной коммерции через упрощение платежных решений.

Платформа обеспечит стандартные механизмы для расчетов, что существенно упростит оплату товаров и услуг между странами ЕАЭС. В частности, унификация платежных систем позволит ускорить процессы транзакций и снизить операционные расходы, что сделает электронную коммерцию более доступной и выгодной для предприятий и покупателей.

2. Снижение финансовых рисков и затрат.

Внедрение общей цифровой платформы позволяет снизить затраты на транзакции, особенно для малого и среднего бизнеса, предоставляя им возможность работать на международной арене с минимальными рисками. Это также обеспечит больший контроль за движением средств, что повысит доверие к электронной коммерции как со стороны продавцов, так и покупателей.

3. Растущая роль финтех-стартапов и инновационных решений.

С интеграцией электронной коммерции в общую цифровую банковскую платформу усиливается роль финтех-стартапов. Появление новых инновационных решений, таких как автоматизированные финансовые инструменты для торговли, искусственный интеллект для анализа покупательских предпочтений и блокчейн для безопасности, создаст динамичную и конкурентоспособную экосистему для пользователей и бизнеса.

4. Укрепление конкурентных позиций стран ЕАЭС на глобальном рынке.

Единая платформа позволит регионам Союза работать как интегрированный рынок, что даст конкурентные преимущества на глобальном уровне. Возможности для более легкой торговли между странами, сокращение издержек и улучшение качества финансовых услуг окажет положительное влияние на экспорт товаров и услуг в другие регионы.

5. Развитие финансовой грамотности и инклюзивности.

Целью создания общей цифровой платформы является также повышение финансовой грамотности среди населения. Внедрение платформы с пользовательскими обучающими функциями и интеграция с электронной коммерцией помогут повысить осведомленность о возможностях цифровых

платежей, улучшив доступ к финансовым услугам для различных слоев населения.

Таким образом, общая цифровая платформа для банков и электронной коммерции стран ЕАЭС станет важным элементом для усиления экономической интеграции. С учетом растущей популярности электронных торговых платформ и онлайн-услуг страны ЕАЭС имеют уникальный шанс улучшить свою ситуацию благодаря интеграции и стандартизации правовых и логистических процедур. Повышения прозрачности и доступности финансовых услуг и стимулирования роста цифровой экономики в регионе.

Выводы к третьей главе

Процесс глобализации проникает во все сферы жизнедеятельности человека. То есть, развитие человечества на сегодняшний день невозможно представить без глобализации. Упомянутый процесс, конечно, ускоряет развитие человечества, при этом, она имеет определенные последствия, к которым нужно приспосабливаться. Для того, чтобы банки Кыргызстана оставались конкурентоспособными в условиях глобализации, они должны акцентировать свое внимание на удовлетворении потребностей и желаний клиентов. Это значит, что банки должны разрабатывать такие подходы, которые будут учитывать потребности и интересы клиентов. Эффективность проводимой стратегии банков зависит от грамотного подхода к организации деятельности. В связи с чем требуется:

учитывая интересы каждого из клиентов, банк тем самым расширяет свою клиентскую базу, это, в свою очередь является эффективным способом повышения прибыли и их конкурентоспособности. В таких случаях особенно важно установление более дружелюбных отношений с важными (прибыльными) клиентами;

2) маркетинговый анализ помогает банку лучше понять своих клиентов. Используя сегментацию, необходимо тщательно, детально изучить рынок,

рассчитать эффективность бизнеса, разработать и предложить соответствующие банковские продукты, для каждой отдельно взятой категории клиентов;

3) сегментация – проведение анализа клиентской базы с использованием цифровых достижений технологий. Имея доступ к огромным объемам информации о клиентах (история транзакций, поведение в приложениях, поисковые запросы, демографические данные и другие параметры), могут более точно определить потребности различных групп пользователей;

привлечение новых клиентов через существующих. Используя информацию о бизнес-клиентах, связанных с другими компаниями, можно предложить им дополнительные услуги. Банк создает систему, где взаимосвязанные компании могут использовать его услуги, и так банк расширяет свою клиентскую базу, тем самым увеличивает и прибыль;

цифровизация систем хранения информации помогает банкам быстро и эффективно работать с данными. Просчитывают все за и против оказания услуг клиентам, предоставляя им полную информацию, тем самым, ускоряя весь процесс. Благодаря автоматизации все процессы становятся быстрее. Банк становится более оперативным и эффективным, что улучшает взаимодействие с клиентами;

эксклюзивность – что означает, предложенные банком услуги идеально подходят под нужды каждого клиента. Это становится возможным благодаря автоматизированным системам и информационным технологиям, благодаря чему, банк создает долгосрочные отношения с клиентами;

Применение услуги "пакетирование продаж" предоставляет банку возможности предлагает клиентам не отдельные услуги, а целые комплексы (пакеты) услуг, которые подходят для их бизнеса или личных потребностей. То есть осуществляет оказание не одной услуги, а целый "набор", который удобен и необходим клиенту и при этом выгоден самому банку;

создание экосистем, предоставление дополнительных небанковских услуг.

Создание общей цифровой платформы в рамках стран ЕАЭС откроет широкие возможности для интеграции банковских услуг и электронной

коммерции, улучшая взаимодействие между странами региона. Унификация платежных систем и создание единой цифровой инфраструктуры значительно упростят транзакции и повысят доступность финансовых услуг, что окажет позитивное влияние на развитие бизнеса, особенно для малого и среднего предпринимательства.

Банковский маркетинг, ориентированный на цифровизацию, позволит укрепить доверие потребителей и повысить эффективность операций. Внедрение новых технологий, таких как искусственный интеллект и блокчейн, а также создание единых стандартов для электронной коммерции, создадут условия для более прозрачной и безопасной торговли между странами.

Таким образом, синергия между общей цифровой платформой, банковским маркетингом и электронной торговлей позволит странам ЕАЭС развивать единый, конкурентоспособный и инновационный финансовый рынок, что обеспечит устойчивый экономический рост и повысит благосостояние граждан региона.

ВЫВОДЫ

На основании проведенного исследования и полученных научных результатов были сформулированы следующие выводы:

1. Изучение теоретико-методологических аспектов и особенностей маркетинговой политики коммерческих банков в условиях создания единого финансового рынка стран является ключевым фактором для углубления евразийской интеграции, способствующей повышению доступности финансовых услуг, стимулированию инноваций и развитию цифровой экономики стран ЕАЭС

2. Авторское уточнение и дополнение понятия «банковского маркетинга» позволяет систематизировать и усовершенствовать взаимоотношения КБ с клиентами по предоставлению новых инновационных банковских продуктов и услуг для углубления интеграции банковских систем стран ЕАЭС на общем финансовом рынке ЕАЭС

3. Разработана и предложена перспективная модель цифрового маркетинга, учитывающая современные тенденции в области цифровой экономики и интеграционные особенности общего финансового рынка ЕАЭС

4. Обоснованы методологические подходы к формированию банковской маркетинговой политики, адаптированные к условиям функционирования инновационных банковских экосистем в Кыргызской Республике

5. В рамках предложенной модели сформулированы принципы организации маркетинговой деятельности в банке, включая ориентир на трансформацию непроцентных операций в активным процентным операциям коммерческих банков посредством объединения цифровых информационных решений, обеспечивающих гибкость маркетинговых стратегий, широкий охват клиентской базы, взаимную интегрированность, экономию транзакционных расходов

6. Исследование дало основание полагать, что решение имеющихся проблем применения новых инновационных банковских продуктов и услуг в условиях создания единого финансового рынка ограничивается лишь внедрением цифровых инструментов маркетинговой политики, что не дает расширения структурных и функциональных особенностей создания цифровых экосистем в банках стран ЕАЭС

7. В условиях интеграционного финансового рынка ЕАЭС банковская маркетинговая политика в Кыргызской Республике должна учитывать растущую конкуренцию, унификацию стандартов и процедур, а также влияние внешнеэкономических факторов. Перспективы формирования эффективной банковской маркетинговой политики в КР связаны с усилением интеграции с финансовыми рынками стран ЕАЭС, улучшением качества и доступности банковских услуг для населения и бизнеса, а также повышением доверия к банковским учреждениям

ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

Полученные в ходе исследования результаты дают основание для продвижения следующих практических рекомендаций:

С целью выстраивания долгосрочных и доверительных отношений с клиентами разработана и предложена к внедрению стратегия, ориентированная на клиентов, с использованием CRM. Данный инструмент управления взаимоотношениями с клиентами позволяет учитывать потребности клиентов и предлагать именно те услуги, которые им необходимы и основываются на принципах: ключевая компетенция (акцентирует внимание на своих сильных сторонах); целевые клиенты (сосредотачивается на работе с определенными категориями клиентов); равенство позиций (банк и клиент получают выгоду от сотрудничества).

2. Научно обоснованы и предложены к применению методологические подходы к формированию банковской маркетинговой политики в условиях цифровых банковских экосистем. Специалистами-маркетологами банков изучены современные технологии (онлайн-банкинг, мобильные приложения, автоматизированные сервисы), которые влияют на банковский маркетинг.

3. Обоснованы и рекомендованы к применению современные формы продвижения банковских продуктов и услуг на основе цифровизации банковской системы и внедрения платежной системы в рамках интеграции стран ЕАЭС.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Нормативно-правовые акты

1. О банках и банковской деятельности в Кыргызской Республике [Текст]: Закон Кыргызской Республики от 11 августа 2022 г. № 93 // Норматив. акты Кырг. Респ. - 2022.
2. О Национальном банке Кыргызской Республики, банках и банковской деятельности [Текст]: Закон Кыргызской Республики от 16 декабря 2016 г. № 206 (В ред. от 2 апреля 2018 г. № 34, 11 июля 2018 г. № 68, 6 августа 2018 г. № 88) // Норматив. акты Кырг. Респ. - 2016.
3. О Национальном банке Кыргызской Республики [Текст]: Закон Кыргызской Республики от 29 июля 1997 г. № 59 // Норматив. акты Кырг. Респ. - 1997.
4. Положение об обязательных резервах кредитных организаций [Текст]: постановление Правления Национального банка Кыргызской Республики от 7 августа 2009 г. № 342// Норматив. акты Кырг. Респ. - 2009.
5. Положение о порядке проведения Национальным банком Кыргызской Республики депозитных операций [Текст]: постановление Правления Национального банка Кыргызской Республики от 14 ноября 2007 г. № 48/1// Норматив. акты Кырг. Респ. - 2007.
6. Договор о Евразийском экономическом союзе (ЕАЭС) [Электронный ресурс]: межгосуд. дог. от 29 мая 2014 г. (ред. от [последняя редакция]) // Официальный сайт Евразийского экономического союза. – [Электронный ресурс]: закон Кырг. Респ. от 28 октября 2021 года № 129. – Режим доступа: URL: <https://docs.eaeunion.org>. - Загл. с экрана.

Монографии, учебники, учебные пособия и статьи

7. Arrow, K. The Role of Securities in the Optimal Allocation of Risk-bearing [Text] / K. Arrow // Review of Economic Studies. – 1964. – No. 31(2). – P. 91-96.

8. Bikker, A. Measures of Competition and Concentration in the Banking Industry: a Review of the Literature [Text] / A. Bikker, K. Haaf // Economic and Financial Modeling. – 2001. - No. 9.
9. Harry M.J. Six Sigma: A Breakthrough Strategy for Profitability [Text] // Quality Progress, 1998. Пер.: Методы менеджмента качества, 2000. — №6. — С. 8-14.
10. Hollensen, S. Global Marketing [Text] / S. Hollensen. – 8th ed. – Pearson, 2021. – 720 p.
11. Kotler, P. Marketing Management [Text] / P. Kotler, K. L. Keller. – 16th ed. – Pearson, 2022. – 864 p.
12. Meffert, H. Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung [Text] / H. Meffert. – 13. Aufl. – Gabler Verlag, 2020. – 650 S.
13. Moore J. F. Predators and Prey: A New Ecology of Competition [Text] / Harvard Business Review. — 1993. — № 3. — С. 75–86.
14. Phillips, A. A Critique of Empirical Studies of Relations between Market Structure and Profitability [Text] / A. Phillips // Journal of Industrial Economics. – 1976. – No. 24. – P. 241-249.
15. Алымбаева, Ж. К. Comprehensive dynamics of banking: a systemic approach incorporating lending, investment, and capital variables [Текст] / G . Abdukadyrova, A. Tabyshova, M. Nazekova, Ch. Toktosunova // JOURNAL OF SYSTEMS SCIENCE AND INFORMATION. – 2024. – Vol 12, № 3. – P. 323-339.
16. Алымбаева, Ж. К. Esg-Банкинг как инновационный ориентир устойчивого развития Кыргызской Республики [Текст] / Ж. К. Алымбаева // Восточно-Сибирский государственный университет технологий и управления. – Улан-Удэ, 2022. – С. 18 - 22.
17. Алымбаева, Ж. К. Анализ применения инструментов маркетинга на современном этапе развития рынка банковских услуг: зарубежный опыт и отечественная практика [Текст]/ Ж. К. Алымбаева // Вестник Кыргызско-Российского славянского университета. – 2024. – Т 24, № 3. – С. 9 - 15.

18. Алымбаева, Ж. К. Анализ состояния финансового рынка стран ЕАЭС [Текст] // Вестник Кыргызско-Российского славянского университета. – 2024. – Т 24, № 3. – С. 4 - 8.
19. Алымбаева, Ж. К. Инновационные технологии в деятельности банков Кыргызской Республики [Текст] / А. Г. Абдукадырова, Г.А. Сансызбаева, Ж. К. Алымбаева // Alatoo Academic Studies. – 2022. – № 4. – С. 276 - 281.
20. Алымбаева, Ж. К. Корпоративное финансирование и перспективы его развития в современном коммерческом банке [Текст] / Ж. К. Алымбаева // Актуальные вопросы современной экономики. – Махачкала, 2024. – № 2. – С. 263 - 270.
21. Алымбаева, Ж. К. Криптовалюта как средство платежа: опыт обращения в Кыргызской Республике [Текст] / Г. Т. Абдукадырова, Д. К. Алибаева, Ж. К. Алымбаева // Экономика и бизнес: теория и практика. – Новосибирск, 2024. – № 9-2(115). – С. 22 - 26.
22. Алымбаева, Ж. К. Маркетинговая политика как эффективный способ управления репутационными рисками коммерческих банков [Текст] / Г. Т. Абдукадырова, Ж. К. Алымбаева // Актуальные вопросы современной экономики. – Махачкала, 2024. – № 3. – С. 110 - 119.
23. Алымбаева, Ж. К. Особенности национальной системы противодействия отмыванию денег в Кыргызской Республике [Текст]/ Ж. К. Алымбаева // Вестник НИУ КЭУ. – 2022. – № 1(54). – С. 29 - 35.
24. Алымбаева, Ж. К. Особенность маркетинговой политики коммерческих банков в условиях создания общего финансового рынка Евразийского экономического союза [Текст] / Ж. К. Алымбаева // Наука, новые технологии и инновации Кыргызстана. – 2023. – № 7. – С. 115 - 119.
25. Алымбаева, Ж. К. Развитие маркетинговой политики коммерческих банков в странах ЕАЭС [Текст] / Ж. К. Алымбаева // Alatoo Academic Studies. – 2023. – № 4. – С. 357 - 365.

26. Алымбаева, Ж. К. Состояние и тенденции развития отечественного рынка страховых услуг в рамках ЕАЭС [Текст] / Ж. К. Алымбаева // Вестник НИУ КЭУ. – 2021. – № 1(50). – С. 115 - 120.
27. Алымбаева, Ж. К. Стандарты качества управления взаимоотношениями с потребителями банковских услуг для решения задач местного самоуправления [Текст] / Ж. К. Алымбаева // Актуальные вопросы современной экономики. – Махачкала, 2024. – № 2. – С. 271 - 279.
28. Алымбаева, Ж. К. Теоретические аспекты управления кредитными рисками [Текст] / Г. Т. Абдукадырова, Ж. К. Алымбаева // Вестник Кыргызско-Российского Славянского университета. – 2022. – Т 22, № 3. – С. 3 - 9.
29. Алымбаева, Ж. К. Цифровизация как тенденция современного развития экономики Кыргызстана и повышения финансовой грамотности населения страны [Текст] / А. К. Табышова, Г. А. Сансызбаева, Ж. К. Алымбаева // Сибирская финансовая школа. – Новосибирск, 2024. – № 2(154). – С. 92 - 97.
30. Алымбаева, Ж. К. Совершенствование маркетинговой политики коммерческих банков [Текст] / монография / Ж. К. Алымбаева. – Бишкек: [б. и.], 2021. – 142 с.
31. Альтшулер, И. Г. Стратегическое управление на основе маркетингового анализа: инструменты, проблемы, ситуации [Текст] / И. Г. Альтшулер. – М., 2006. – 232 с.
32. Анисимов И. А., Комендантов С. В. Право и институты евразийской интеграции [Текст] : учеб. пособие для вузов. – м. : Юрайт, 2022. – 380 с.
33. Анурин, В. Ф. Маркетинг в банковской деятельности [Текст] / В. Ф. Анурин, В. В. Куликов. – М.: Финансы и статистика, 2022. – 400 с.
34. Аскарлова, А. К. Состояние и перспективы развития банковского маркетинга в Кыргызской Республике [Электронный ресурс] / А. К. Аскарлова. – Режим доступа: <http://modelmarketinga.ru/teoriya-marketinga/200-osnovnyye-etapy-ustanovleniya-i-razvitiya-marketinga-kak-nauki.html>. - Загл. с экрана.
35. Банковские операции [Текст]: учеб. / Под ред. Г. Г. Коробова, О. И. Лаврушина, Ю. Б. Зеленского. – М.: Магистр, 2007. – 446 с. – С. 102.

36. Банковские операции [Текст]: учеб. / Под ред. М. В. Романовского, О. В. Врублевской. – М.: Юрайт, 2008. – 543 с. – С. 274.
37. Банковское дело [Текст] / Под ред. О. И. Лаврушина. – М.: КНОРУС, 2011. – 352 с.
38. Белавин, В. В. Маркетинг в коммерческом банке [Текст] / В. В. Белавин. – М.: Экономика, 2020. – 280 с.
39. Белявский, И. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз [Текст] / И. Белявский. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 507 с.
40. Бисенова, Р. А. Организация маркетинговой деятельности в сфере финансовых услуг (на примере коммерческих банков Республики Казахстан) [Текст] / Р. А. Бисенова. – Кызылорда, 2012.
41. Бондаренко, Т. Н. Роль маркетинговых стратегий в организации работы коммерческого банка с клиентами [Текст] / Т. Н. Бондаренко // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2015. – № 3. – С. 59-62.
42. Винницкий Д. В. Влияние международной договорно-правовой базы Таможенного союза и ЕЭП на применение норм российского бюджетного права [Текст] // Журнал российского права. – 2013. – № 7. – С. 5–18.
43. Владимирова, М. П. Деньги, кредит, банки [Текст]: учеб. пособие / М. П. Владимирова, А. И. Козлов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Кнорус, 2007. – 288 с. – С. 149.
44. Войткевич, Н. И. Экономическая сущность и основные категории кредитного брокериджа [Текст] / Н. И. Войткевич, В. О. Макаров // Вестник Самарского государственного экономического ун-та. – 2014. – № 69. – С. 18-24.
45. Гаврилов, Д. А. Оценка эффективности банковской рекламы [Текст] / Д. А. Гаврилов // Банковское дело. – 2009. – № 4. – С. 38-40.
46. Глазьев С. Ю., Андронова И. В., Мясникович М. В. Евразийская экономическая интеграция: теория и практика [Текст] : учеб. пособие. – м. : Изд-во "Экономика", 2021. – 432 с.
47. Данилов Ю. А., Буклемишев О. В., Седнев В. П., Коршунов Д. А. Национальные валюты во взаиморасчетах в рамках ЕАЭС: препятствия и

перспективы [Текст] / под ред. Д. А. Коршунова. — СПб.: Центр интеграционных исследований ЕАБР, 2018. — 76 с.

48. Дахова, З. Тенденции развития инновационной деятельности банков [Текст] / З. Дахова, И. Гюнтер // Финансовая жизнь. — 2013. — № 4. — С. 57-60.

49. Демчук, И. Н. О теории рисков и классификации банковских рисков [Текст] / И. Н. Демчук // Банковское дело. — 2009. — № 1. — С. 95-106.

50. Деньги, кредит, банки (экспресс-курс) [Текст]: учеб. пособие / О. И. Лаврушин, С. А. Андрияшин, Л. Г. Тараканов. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: Кнорус, 2010. — 320 с. — С. 262.

51. Джозлин, Р. В. Банковский маркетинг. Введение в рыночное планирование [Текст] / Р. В. Джозлин, Д. К. Хамфриз / Пер. с англ. — М.: Церих-ПЭЛ, 2005.

52. Долгерти, К. Введение в эконометрику [Текст] / К. Долгерти. — М.: Инфра-М, 2009. — 465 с.

53. Зверев, О. А. Маркетинг, клиентская база, организация продаж банковских услуг – основа обеспечения устойчивости коммерческого банка [Текст] / О. А. Зверев / Под ред. В. И. Видяпина, К. Р. Тагирбекова // Все о коммерческом банке. Библиотека банкира. — М.: Кучково поле, 2007. — Т. 2.

54. Зокиров М. А. Банковская экосистема: необходимость построения в условиях усиления конкуренции в розничном бизнесе [Текст] // М. А. Зокиров. - Инновации и инвестиции. — 2019. — № 9. — С. 194–197.

55. Зотт К., Амит Р., Масса Л. Бизнес-модели: основные направления исследований и поиски содержательного фундамента концепции [Электронный ресурс] // Российский журнал менеджмента. — 2014. — Т. 12, № 3. — С. 3–27.

56. Корнилова, Е. Ю. Факторы, определяющие инновационную активность банковских учреждений [Текст] / Е. Ю. Корнилова // Экономика и предпринимательство. — 2014. — № 9. — С. 705-709.

57. Камалова, А. К. Возможность применения опыта банковского маркетинга западноевропейских стран в Кыргызстане [Текст] / А. К. Камалова. — Бишкек, 2008.

58. Каплан, Р. Организация, ориентированная на стратегию [Текст] / Р. Каплан, Д. Нортон. – М.: Олимп-Бизнес, 2004.
59. Керимкулова, М. К. Особенности и проблемы развития маркетинга в Кыргызской Республике [Текст] / М. К. Керимкулова. - Вестник КНУ им. Ж. Баласагына. – 2013. – № 8.
60. Клейнер Г. Б., Рыбачук М. А., Карпинская В. А. Цифровые экосистемы банков: сравнительный анализ и регулирование конкуренции в России [Текст] // Вопросы экономики. — 2020. — № 12. — С. 120–137.
61. Ковалёва, А. М. Банковский маркетинг: теория и практика [Текст] / А. М. Ковалёва. – М.: Юрайт, 2021. – 350 с.
62. Коновалова, А. В. Идентификация и классификация рисков в сфере банковского инновационного проектирования [Текст] / А. В. Коновалова // Вестник Ярославского государственного ун-та. – 2012. – № 3. – С. 221-225.
63. Корнейчук, В. И. Организация управления риском безопасности информационных банковских систем в кредитной организации [Текст] / В. И. Корнейчук // Финансы и кредит. – 2011. – № 18. – С. 38-44.
64. Коросташов, Р. Н. Продуктовые инновации как способ неценовой конкуренции в банковском секторе [Текст] / Р. Н. Коросташов // Журнал экономической теории. – 2014. – № 1. – С. 108-121.
65. Котлер, Ф. Маркетинг. Менеджмент: экспресс-курс [Текст] / Ф. Котлер. – СПб.: Питер, 2010.
66. Котлер, Ф. Основы маркетинга [Текст] / Ф. Котлер. – 12-е изд., перераб. и доп. – М.: Вильямс, 2009. – 1067 с.
67. Кривогуз И. М. ЕАЭС в мировых интеграционных процессах [Текст] // Россия и новые государства Евразии. — 2024. — № 1. — С. 7–20.
68. Кунде, Й. Уникальность теперь или никогда [Текст] / Й. Кунде. – СПб: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2010. – 178 с.
69. Лаврушин, О. И. Банковское дело [Текст]: учеб. пособие / О. И. Лаврушин, О. Н. Афанасьева, С. Л. Корниенко. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Кнорус, 2007. – 264 с.

70. Лапин, А. Н. Стратегическое управление современной организацией [Текст] / А. Н. Лапин. – 2006. – 288 с.
71. Ломакина, А. Н. Банковский продукт и его особенности [Текст] / А. Н. Ломакина // Трансформация региона в условиях глобализации экономического развития. – М.: Илекса, 2014. – 201 с.
72. Малюк, В. И. Стратегический менеджмент: организация стратегического развития [Текст]: учеб. и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. И. Малюк. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 361 с.
73. Обзор банковского сектора Кыргызской Республики [Текст]: стат. сб. – Бишкек: Нацстатком Кырг. Респ., 2023.
74. Осадчая Г. И. Евразийский экономический союз: потенциал развития, формат сотрудничества [Текст] // Евразийская интеграция: экономика, право, политика. — 2021. — № 3. — С. 15–28.
75. Раджабов С. Перспективы сотрудничества стран ЕАЭС в финансовой сфере [Текст] // КиберЛенинка. — 2024. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-sotrudnichestva-stran-eaes-v-finansovoy-sfere
76. Сатывалдиева, Б. А. Концепция маркетинга [Электронный ресурс] / Б. А. Сатывалдиева. — Бишкек. — Режим доступа: http://journals.manas.edu.kg/reforma/oldarchives/2000-2-6/15_1145-4006-1-PB.pdf
77. Супаева, Г. Т. Экономическое прогнозирование транспортных перевозок Кыргызской Республики: теория, методология и практика [Текст] / дис. ... д-ра экон. наук / Г.Т. Супаева. – Бишкек, 2021. – 250 с.
78. Фатхудинова Т. И. Цифровые экосистемы банков: сравнительный анализ и регулирование конкуренции в России [Текст] // Вопросы экономики. — 2020. — № 12. — С. 120–137.
79. Чуфрин Г. И. Очерки евразийской интеграции [Текст]. – М.: Весь Мир, 2012. – 304 с.

80. Шатковская, Е. Г. Эволюция концепций банковского маркетинга [Текст] / Е. Г. Шатковская. – М., 2012. – С. 66.

81. Эванс Дж. Р., Берман Б. Маркетинг [Текст] / пер. с англ. — М.: Сирин, 2002. — 308 с.

Интернет-ресурсы:

82. McKinsey & Company. Глобальный банковский обзор [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/global-banking-annual-review/>(дата обращения: 15.09.2023). - Загл. с экрана.

83. Евразийская экономическая комиссия. Концепция формирования общего финансового рынка Евразийского экономического союза [Текст] // Евразийская экономическая комиссия – 2019. - Режим доступа: <https://eec.eaeunion.org/>(дата обращения: 08.09.2022). - Загл. с экрана.

84. Союз банков Кыргызстана [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://ub.kg/ru/>(дата обращения: 18.05.2023). - Загл. с экрана.

85. Национальный банк Кыргызской Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nbkr.kg/>(дата обращения: 13.01.2024). - Загл. с экрана.

86. Статистический комитет Республики Армения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://armstat.am/ru/>(дата обращения: 25.03.2024). - Загл. с экрана.

87. Федеральная служба государственной статистики (Росстат) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/>(дата обращения: 25.03.2024). - Загл. с экрана.

88. Национальный статистический комитет Кыргызской Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://stat.gov.kg/>(дата обращения: 08.09.2024). - Загл. с экрана.

89. Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://stat.gov.kz/ru/>(дата обращения: 08.08.2024). - Загл. с экрана.

90. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/>(дата обращения: 08.08.2024). - Загл. с экрана.
91. Современный цифровой банк и его экосистема. Создавать, развивать и защищать: материалы конференции (г. Бишкек, 28 мая 2022 г.) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://safe-tech.ru/news/sovremennyj-czifrovoj-bank-i-ego-ekosistema/>(дата обращения: 08.09.2024). - Загл. с экрана.
92. Центральный банк Российской Федерации [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.cbr.ru/>(дата обращения: 10.11.2024). - Загл. с экрана.
93. Тинькофф банк [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.tbank.ru/>(дата обращения: 15.11.2024). - Загл. с экрана.
94. Национальный банк Республики Казахстан [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.nationalbank.kz/>(дата обращения: 18.09.2024). - Загл. с экрана.
95. ОАО «Мбанк» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://mbank.kg/>(дата обращения: 28.11.2024). - Загл. с экрана.
96. Волков С. Создание экосистем требует значительных инвестиций, что создает дополнительную нагрузку на капитал банков [Электронный ресурс] // 1Economic.ru. — Режим доступа <https://1economic.ru/lib/114532/>(дата обращения: 25.03.2024). - Загл. с экрана.
97. Кредитное бюро «Ишеним» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.ishenim.kg/>(дата обращения: 08.08.2024) - Загл. с экрана.