

Азизов Руслан Равилович, студент бакалавриата

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «МИРЭА — Российский технологический университет»,
Москва, Россия*

Григорьев Михаил Александрович студент бакалавриата

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «МИРЭА — Российский технологический университет»,
Москва, Россия*

ОСОБЕННОСТИ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СЕКТОРА

Аннотация: Информационные продукты, среди большого разнообразия продаваемых банком продуктов, являются одними из важнейших факторов развития финансирования компаний. В активах банков кредиты занимают прочную позицию наиболее объемных и доходных статей. Соответственно текущая, кратко- и долгосрочная финансовая устойчивость банков во многом зависит от эффективности разработки кредитных продуктов, учитывающей особенности развития цифровой экономики.

Ключевые слова: кредитный продукт, банк, компания, цифровая экономика, алгоритм.

Annotation: Information products, among a wide variety of products sold by the bank, are one of the most important factors in the development of company financing. In the assets of banks, loans occupy the strong position of the most voluminous and profitable items. Accordingly, the current, short- and long-term financial stability of banks largely depends on the effectiveness of the development of credit products, taking into account the development of the digital economy.

Keywords: credit product, bank, company, digital economy, algorithm.

Разработка информационного продукта - это итерационный процесс, основанный на участии многих функциональных и структурных единиц банка и требующий эффективности и слаженности их взаимодействия. Учитывая активизацию развития цифровой экономики и сопутствующие ей преимущества и риски, представим алгоритм разработки новых кредитных продуктов для компаний, учитывающий ее особенности.

Предлагаемый алгоритм состоит из нескольких основных этапов:

- инициирование, определение потребности компаний в кредитном продукте, предварительная оценка возможностей;
- предварительная экспресс-оценка рисков, определение уровня принятия управленческих решений;
- разработка, определение контуров кредитного продукта со стороны клиентского сегмента, рисков, обеспечивающих систем, каналов продаж;
- определение преимуществ кредитного продукта для банка с точки зрения реализации стратегии развития в цифровой экономике, получения прибыли, развития технологий, укрепления конкурентного положения и имиджа;
- определение рисков, связанных с продуктом с точки зрения клиентской базы, обеспечивающих систем, регулирования, деловой репутации, каналов продаж, информационной безопасности, реализации стратегии развития в цифровой экономике; установление мер по управлению рисками, расчет баланса рисков и преимуществ, принятия управленческого решения о запуске кредитного продукта;
- подготовка запуска кредитного продукта, прохождение контрольных точек запуска, последующий контроль запуска через ключевые показатели эффективности и рисков.

Рассмотрим эти этапы подробнее.

1 Инициирование, определение потребности компаний в кредитном продукте, предварительная оценка возможностей.

Исходно банку необходимо определить, существует ли реальная потребность со стороны компаний в кредитном продукте, каков ее источник и стоит ли тратить ресурсы на дальнейшие шаги. Точкой отсчета может служить как модель (концепция), так и запрос рынка.

2 Предварительная экспресс-оценка рисков, определение уровня принятия управленческих решений.

Если потребность в кредитном продукте и потенциальная возможность реализации подтверждены, то необходимо провести экспресс-оценку уровня принятия управленческих решений.

3 Разработка, определение контуров кредитного продукта со стороны клиентского сегмента, рисков, обеспечивающих систем, каналов продаж;

Если предварительная оценка не выявила блокирующих разработку и (или) запуск продукта обстоятельств, то дальнейшую работу рекомендуется строить в рамках проектной команды, для которой решение задач и координация всех процессов разработки кредитного продукта становятся основными. Это позволяет повысить эффективность распределения ресурсов всех подразделений, которые будут привлекаться к работе.

4. Определение преимуществ кредитного продукта для банка с точки зрения реализации стратегии развития в условиях цифровой экономики, получения прибыли, развития технологий, укрепления конкурентного положения и имиджа.

Преимущества кредитного продукта рассматриваются как с финансовой, так и с нефинансовой точек зрения в рамках реализации стратегии развития в условиях цифровой экономики. Представляется также общий план по дальнейшим практическим шагам по вводу кредитного продукта в эксплуатацию.

5 Определение рисков, связанных с кредитным продуктом с точки зрения клиентской базы, обеспечивающих систем, регулирования, деловой репутации, каналов продаж, информационной безопасности, реализации стратегии развития в условиях цифровой экономики. Определение мер по

управлению рисками, расчета баланса рисков и преимуществ, принятия управленческого решения о запуске кредитного продукта.

Речь идет о матрице рисков и возможных угроз, связанных с кредитным продуктом, и соответствующих им мероприятий по управлению. Риски оцениваются с применением регуляторных и (или) собственных моделей или практик - математических, статистических, сценарных и иных.

6. Подготовка запуска кредитного продукта, прохождение контрольных точек запуска, последующий контроль запуска через ключевые показатели эффективности и рисков [1; 2].

Кредитный продукт, получивший одобрение, запускается по утвержденному графику. Кредитный продукт может запускаться сначала в пилотном режиме, например, только в одном регионе, только через одного агента или канал продаж и т.д., и в качестве предусловия полного запуска

может быть заявлено достижение определенного результата в этом пилотном запуске. Аналогично к кредитному продукту может быть выставлен ряд условий, не критичных для запуска, но необходимых к выполнению в течение определенного срока после. Невыполнение этих условий в худшем случае может привести к остановке продаж кредитного продукта.

После запуска кредитного продукта проект считается завершенным, управление и мониторинг кредитного продукта переходят в нормальную операционную стадию, применяемую для продуктового портфеля банка в целом.

Уровень угроз в рамках каждого кредитного продукта, в частности обусловленные цифровой экономикой, оценивается, и принимаются соответствующие управленческие решения либо по отдельному кредитному продукту, либо по сегменту в целом. Также этот инструмент помогает «картографировать» портфель в зависимости от угроз и преимуществ, и если цена преимуществ выше угроз, то банк может зафиксировать мотивированное принятие рисков без мер их компенсации, избавиться от устаревших и

неинтересных компаниям кредитных продуктов, модифицировать имеющиеся с учетом требований цифровой экономики и т.д. Первые шаги по внедрению технологий в РФ уже предприняты. По итогам заседания президиума Совета при Президенте РФ по модернизации экономики и инновационному развитию России было принято решение о разработке и утверждении [3].

Выделены следующие этапы внедрения информационных-технологий:

1. Разработка нормативно-правовых актов и внесение изменений в действующую нормативно-правовую базу, направленных на использование технологий информационного моделирования в сфере строительства;

2. Создание инфраструктуры и подготовка кадров, для применения технологии информационного моделирования;

3. Обязательное применение технологий при проектировании, строительстве и эксплуатации объектов, финансируемых за счет средств федерального бюджета [4].

Использование информационных технологии в России приведет к существенному снижению временных и ресурсных затрат компаний, занимающихся проектированием и управлением проектами, рисков возникновения чрезвычайных ситуаций при проектировании и строительстве объектов, а также повысит конкурентоспособность отечественного строительного комплекса.

Актуальность внедрения информационного моделирования для инвесторов напрямую связана с экономическим эффектом. На начальном этапе переход на информационное моделирование повлечет за собой затраты от приобретения соответствующего софта, обучения проектировщиков, разработки стандартов и регламентов оформления проектной документации.

Подводя итоги вышесказанному сделаем выводы о том, что процесс модификации кредитного продукта происходит по аналогии с разработкой нового. На исходном этапе оценивается существенность изменений и принимается решение об уровне согласования. Высокая скорость технологического развития, обусловленного развитием цифровой

экономики, приводит к тому, банки должны менять подходы к разработке кредитных продуктов для компаний.

Библиографический список:

1. Оленьков В.Д., Попов Д.С. Автоматизация диагностики технического состояния зданий и сооружений в процессе их эксплуатации // Вестник ЮУрГУ, № 17, 2012, с.82-85.

2. Мирошниченко, М.А. Исследование процессов «цифровизации» банковского сектора в рамках цифровой экономики России / М.А. Мирошниченко // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. - 2017. - № 133. - С. 434-447.

3. Пашков, Р. Разработка и внедрение новых банковских продуктов и изменение организационных процессов в банке / Р. Пашков // Бухгалтерия и банки. - 2019. - № 4. - С. 45 - 50.

4. Султанова И.П. Анализ методов планирования, управления и разработки организационно-технологических решений в проектах капитального строительства // Вестник МГСУ. 2015. № 7. С. 127-136.