

УДК 338.467

## **ПРИМЕНЕНИЕ BIG DATA ДЛЯ РАЗРАБОТКИ ПЕРСОНИФИЦИРОВАННОГО ФИНАНСОВОГО ПРОДУКТА**

Коханова В.С.

к.э.н., доцент

кафедры «Финансы, бухгалтер  
и налогообложение»

Академия экономики и управления  
ЧОУ ВО ЮУ (ИУБиП)

Ященко С.Д.

студентка 4 курса очной формы обучения,

Академия экономики и управления  
ЧОУ ВО ЮУ (ИУБиП)

Аннотация: С самого начала цифровой эпохи, с развитием компьютеров, интернета и технологий в объеме данных произошел «взрыв». Сейчас огромный поток информации доступен при помощи одного щелчка мыши. Технология Big Data помогает в сборе, сохранности и анализе структурированных и неструктурированных данных, требующих высокой скорости обработки и принятия мер реагирования в режиме реального времени. Ключевые слова: технология, Big Data, структурированные данные, неструктурированные данные, анализ данных.

## **APPLICATION OF BIG DATA TO DEVELOP A PERSONIFIED FINANCIAL PRODUCT**

Kokhanova V.S.

Yashchenko S.D.

Annotation: Since the beginning of the digital age, with the development of computers, the Internet and technology in the amount of data, there has been an "explosion". Now a huge flow of information is available with a single click. Big Data technology helps in the collection, preservation and analysis of structured and unstructured data that require high-speed processing and response measures in real time.

Keywords: technology, Big Data, structured data, unstructured data, data analysis.

В 2008 году редактор журнала Nature Клиффорд Линч впервые употребил термин «Big Data». Он рассказывал про взрывной рост объемов мировой информации и отмечал, что освоить их помогут новые инструменты и более развитые технологии. Термин «Big Data» имеет прямое отношение к сбору всех данных и нашей способности использовать их в своих интересах в широком спектре областей, в том числе и бизнесе.

Большие данные (Big Data) - общее название для структурированных и неструктурированных данных огромных объемов, которые эффективно обрабатываются с помощью масштабируемых программных инструментов.

В современных условиях банки сталкиваются с реальной необходимостью изыскивать способы минимизации рисков и максимизации прибыли, сокращения издержек. Это в свою очередь, подталкивает их к поиску существующих или разработке собственных продуктов или технологий, позволяющих достичь вышеназванных целей [6].

Российские банки, как и банки всего мира, стремятся лучше знать и понимать своего клиента, предсказывать его желания. В условиях активного роста кредитных организаций и жесткой конкуренции между ними, банки вынуждены постоянно повышать качество обслуживания, и снижать издержки, в том числе это достигается при помощи внедрения технологий обработки больших данных. Внедрение данной технологий позволяет банкам повысить уровень работы по самым важным направлениям: повышение качества обслуживания, разработка продуктов, риск-менеджмент, обеспечение безопасности, оптимизация расходов.

Любой клиент желает, чтобы банк подходил к нему индивидуально. Клиент не хочет быть одним из немногих. Он ждет от банка, что тот не только обеспечит безопасность денежных средств, но предугадает его траты и предложит удобную карту или кредит в самый нужный момент. Все это – результат анализа больших данных (big data).

На базе технологии Big Data создают разные продукты. Эти продукты позволяют кредитным организациям собирать и обрабатывать данные о поведении клиента на сайте (например, предложения банка, которые просматривал клиент), данные из социальных сетей. Анализ информации позволяет подготавливать персональные рекламные предложения, и далее с помощью системы управления маркетинговыми кампаниями доносить информацию до клиента банка через наиболее эффективный канал: sms,

социальные сети, рассылку электронных писем, или сразу по всем перечисленным каналам.

Стоит особо отметить оперативность анализа информации. Вполне возможно, что пользователь, после просмотра на сайте банка информации о каком-то продукте, переходит на свою страницу в социальной сети или на любой другой сайт, где есть контекстная реклама, и видит персонализированное предложение по продукту, о котором он только что читал.

Благодаря технологии Big Data можно предложить клиенту не только персонализированное предложение, но и дать совет или рекомендации. Банку это позволяет снизить издержки на продажу конкретного продукта, а клиенту такая лояльность приносит дополнительную ценность банка. Например, банк, зная, что клиент собирается в отпуск и что у него есть абонемент в фитнес-клуб, может посоветовать ему заморозить абонемент на время поездки, чтобы не терять деньги. В результате клиенты воспринимают банк как финансового помощника, а следовательно, гораздо реже меняют банк. Банку же становится проще продать такому клиенту доходные продукты.

За счет анализа данных банк будет понимать весь контекст жизни клиента, связанный с финансами, и приходить к нему с лучшими конкретно для него решениями финансовых задач. Клиент будет избавлен от необходимости думать о своих финансах, ему будет достаточно просто согласиться с предложением банка, потому что алгоритмы, основанные на анализе данных, гарантированно предложат решение эффективнее любого человека.

Авторы исследования Всемирного экономического форума Beyond fintech: How the successes and failures of new entrants are reshaping the financial system, опубликованном в августе 2017 г., выделили три главных направления, как финансовые организации будут развивать работу с данными.

Во-первых, они будут анализировать не статичные наборы данных, а потоки данных в реальном времени. Во-вторых, чтобы получить больше наборов данных, финансовые организации будут создавать для своих клиентов дополнительный цифровой опыт – такой, который позволит взаимодействовать с ними чаще. Наконец, финансовые организации будут создавать партнерства с другими компаниями, чтобы обмениваться взаимодополняющими наборами данных.

Но стоит также отметить, что технологии развиваются, и технологии Big Data уже обыденность — множество компаний использует их для решения задач своего бизнеса. В перспективах — применение технологий Blockchain, глубокое внедрение искусственного интеллекта, повсеместный переход на облачные сервисы и платформы для самостоятельной работы с данными, а также анализ Dark Data — всей нецифрованной информации о компании.

### **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Big Data для банкира – Ведомости. [Электронный документ]. URL: [http://www.cnews.ru/articles/big\\_data\\_pomogut\\_bankam\\_personalizirovat](http://www.cnews.ru/articles/big_data_pomogut_bankam_personalizirovat). (Дата обращения 29.01.2019).
2. Big Data помогут банкам персонализировать свои услуги – CNews. [Электронный документ] URL: [http://www.cnews.ru/articles/big\\_data\\_pomogut\\_bankam\\_personalizirovat](http://www.cnews.ru/articles/big_data_pomogut_bankam_personalizirovat). (Дата обращения 28.01.2019).
3. DATALYTICA – Big data решения для банков и МФО. [Электронный документ]. URL: <https://datalytica.ru/finance>. (Дата обращения 28.01.2019).
4. Большие данные – принципы работы и примеры использования. [Электронный документ]. URL: <https://www.uplab.ru/blog/big-data-technologies/> (Дата обращения 29.01.2019).
5. Что такое Big data: собрали всё самое важное о больших данных|Rusbase. [Электронный документ]. URL: <https://rb.ru/howto/chto-takoe-big-data/>. (Дата обращения 29.01.2019).

6. Коханова В.С. Структурированные финансовые инструменты как альтернатива традиционным вкладам // Банковское дело. – 2014. – № 10. – С. 76-79.