

CZU: 336.71:004.78(478)

DOI: <https://doi.org/10.53486/icspm2022.58>

**BANKING IN THE CONTEXT OF CONVERGENCE IN THE DIGITAL
ECONOMY
ACTIVITATEA BANCARĂ ÎN CONTEXTUL CONVERGENȚEI LA
ECONOMIA DIGITALĂ**

GOROBET Ilinca

ORCID: 0000-0002-8429-9585

doctor of economics, associate professor, University of Economic Studies of Moldova,
www.ase.md, Republic of Moldova, gorobet.ilinca@ase.md

ABSTRACT *Information and communication technology has become an important vector for increasing the bank's performance, turning information into the raw material of the future (digital age). The objectives of this research is to highlight the need to digitize banks. Research methods will be description, comparison, synthesis. As a result, we will elucidate the degree of development of digital banking on the domestic market and in international practice.*

KEYWORDS: *digital economy, banking, convergence, information technology, globalization, regulation*

JEL CLASSIFICATION: *F65, F69, G21, G28, O31*

INTRODUCERE

Oricare ar fi costurile și riscurile, introducerea și implementarea inovațiilor în bănci este inevitabilă. Introducerea tehnologiilor informaționale a determinat schimbări majore în structura atât a cheltuielilor cât și a veniturilor băncilor și implicit asupra performanțelor bancare.

Băncile au fost și sunt instituții financiare tradiționale, ce se caracterizează prin reglementări stricte atât privind cuantumul operațiunilor, cât și ca pondere în bilanțul bancar.

De asemenea, băncile, la nivel comportamental, în relația client-bancă asigură protecția consumatorului. Aceasta implică reguli strict stabilite, mecanisme, pârghii și instituții menite să asigure această protecție.

O altă caracteristică a băncilor ca instituții financiare tradiționale constă în faptul că sectorul bancar este, poate cel mai reglementat sector din punct de vedere al gestiunii riscurilor și nu doar la nivel național, dar și la nivel internațional. Tot mai multe state aderă la principiile Acordului de la Basel, care uniformizează și standardizează modalitatea băncilor de a face afaceri.

Toate aceste caracteristici și denotă că băncile sunt instituții financiare bine gestionate, și statul prin mecanismele, pârghiile și instrumentele pe care le deține este interesat în buna

funcționare a sistemului bancar. În scopul prevenirii falimentelor bancare, majoritatea statelor, prin lege, obligă băncile să participe la constituirea fondurilor de garantare a depozitelor.

Cu toate acestea, secolul XX s-a caracterizat prin transformări colosale în toate segmentele, în speță, cele ale pieței financiare. Apariția FINTECH-urilor, aplicarea pe scară largă a tehnologiilor și inovațiilor în toate domeniile de activitate, precum și globalizarea, schimbă total modul de a face business, inclusiv și în domeniul bancar.

Astfel, digitalizarea băncilor vine nu doar cu avantaje de tip: rapiditate, simplitate și comoditate, dar și cu un o serie de costuri suplimentare și probleme pe care trebuie să le soluționeze la moment băncile implicate în acest proces.

Toate aceste aspecte au condiționat băncile să se adapteze și de rare ori să fie inițiatoare, deoarece staționarea pe segmentul tradițional însemna pierderea clienților care își doresc rapiditate, acces instant și costuri mai mici, ceea ce pot fi obținute cu ușurință de la concurenți – intermediarii și prestatorii nebancari.

Toate aceste aspecte fac necesară și oportună studiarea acestui fenomen atât din punct de vedere teoretic, cât și practic, și, în particular, pe exemplul băncilor din Republica Moldova.

Autorul va analiza digital banking-ul în Republica Moldova prin prisma constatărilor, problemelor și limitelor.

Un aport asupra accelerării acestui fenomen în Republica Moldova l-a determinat și pandemia COVID-19, precum și, actualmente, războiul din Ucraina.

CONȚINUT

„*A digitaliza înseamnă a coda numeric o informație*” (www.dexonline.ro).

Digitalizarea, în opinia autorului, reprezintă procesul prin care resursele, procesele, operațiunile, serviciile și produsele se transformă în formă digitală.

Digitalizarea oricărei entități, indiferent de domeniul de activitate, are drept scop:

- accesul la noi piețe;
- reducerea costurilor, și;
- maximizarea profiturilor.

Digitalizarea poate fi privită și ca o strategie, prin care, creșterea unei entități, se realizează, ca timp, în cea mai scurtă perioadă.

Este important de menționat tehnologiile care au fost implementate în ultimii ani, în mai toate domeniile, și anume:

- Big data;
- tehnologiile cloud;
- aplicațiile mobile;
- geolocația;
- Internet of Things (internetul obiectelor);
- learning machines and mobile robots;
- tehnologia biometrică;
- inteligența artificială;
- realitatea augmentată și virtuală;
- blockchaine-ul;
- tehnologia Beacon (pentru persoanele cu handicap), etc. (Ilie. O., 2018).

Numărul acestor tehnologii și posibilitățile lor de implementare și utilizare, sunt în continuă evoluție.

În speță, dacă vorbim despre activitatea băncilor, atunci digitalizarea le permite, prin intermediul noilor tehnologii, să introducă noi produse și servicii bancare și să ajungă la cât mai mulți clienți și segmente noi de piață.

Altă viziune ar explica digital banking-ul prin prisma lansării și acordării clienților băncii a ofertelor personalizate prin intermediul tehnologiilor.

Băncile nu puteau rămâne „imune” față de digitalizare, deoarece, au existat mai mulți factori care au impus această transformare, pe cei mai importanți îi evidențiem în continuare:

– apariția unei concurențe acerbe în domeniul prestatorilor de servicii financiare, în speță, o alternativă a serviciilor de plăți, care în trecut era o caracteristică strictă și definitorie sistemului bancar. Cel mai concludent exemplu sunt companiile fintech;

– majoritatea instituțiilor financiare tind să devină „supermarket-uri”, adică, să ofere un spectru cât mai larg de servicii financiare clienților săi și ținând cont de acest aspect, practic, multe din produsele strict oferite de bănci, deja sunt prestate și de alți intermediari financiari;

– în rezultatul globalizării, multe companii transnaționale și holding-uri își extind activitatea peste tot pe glob, reducând din cifra de afaceri ale băncilor, în speță, a celor locale;

– datorită apariției și dezvoltării sistemelor alternative de plăți, mulți clienți se reorientează spre alte piețe și alte servicii, și multe bănci pierd o parte din contactul direct cu clienții;

– crește dependența de lumea virtuală, tot mai multe persoane își transferă activitățile în mediul online, iar aceasta presupune și necesitatea de servicii și produse financiare oferite online;

– alt factor a constat în apariția așa numitelor rețele locale – network care facilitează schimbul de date dintre diferite calculatoare, facilitează prelucrarea datelor, obținerea instant a informațiilor, și clienții s-au pliat spre acele bănci a căror rețea era mai dezvoltată.

La baza implementării digital banking-ului stau următorii piloni, fără de care ar fi imposibilă dezvoltarea. Aceștia sunt:

- echipamentele și soft-urile;
- accesul permanent la internet de mare viteză;
- actualizarea permanentă a backup-urilor cu posibilități de stocare nelimitată (cloud-urile);
- asigurarea confidențialității și securității datelor;
- existența și la clienți a elementelor ce caracterizează lumea „smart” (conectivitate, device-uri, aplicații, educație financiară, etc.).

Digitalizarea băncilor presupune pe lângă faptul că trebuie să existe niște elementele-cheie (piloni) și un șir de paradigme:

- prestarea unor operațiuni și servicii online și elaborarea și lansarea aplicațiilor mobile și a platformelor online;
- automatizarea tuturor proceselor în bancă;
- „reformatarea” structurii organizatorice și a infrastructurii băncii;
- o cultură a organizației nouă, adaptată noilor realități;
- personal recalificat și adaptat contextului actual;
- parteneriate și, chiar, outsourcing-uri pentru unele operațiuni sau activități ale băncii.

În figura 1 evidențiem avantajele digitalizării pentru bancă.

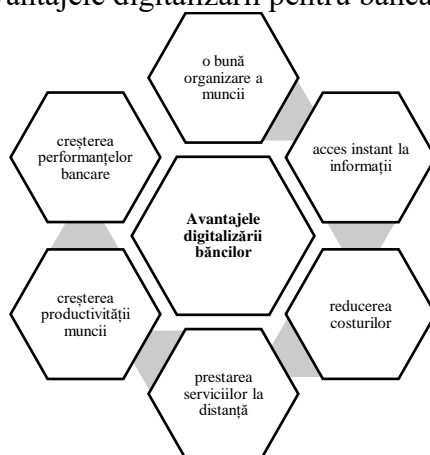


Figura 1. Avantajele digitalizării băncilor

Sursa: ILIE, O. (2018). *Creșterea performanței sistemului de management din organizațiile bancare prin implementarea noilor tehnologii ale informației și comunicației (NTIC)*, Teză de doctorat, Târgoviște, p. 41.

Însă toate avantajele sunt însoțite și cu probleme, pe care le precăutăm în tandem:

- ca rezultat al buneii organizării a muncii, se vor schimba condițiile de prestare a serviciilor bancare pentru clienți, adică, clientul trebuie să părăsească zona de confort și să fie precaut, să ia decizii instant și neasistat;
- accesul rapid la informații poate genera riscuri operaționale, materializate în erori de decizie, cauzate de deficiențe tehnice atât din cauza clientului, cât și a băncii;
- reducerea costurilor la serviciile bancare directe contribuie la generarea altor cheltuieli legate de cumpărarea soft-urilor și hard-urilor, de mentenanță, legate de securitatea informațională, costuri de formare continuă a personalului;
- prestarea serviciilor la distanță vine cu problema securității datelor și conturilor. Nu de puține ori, clienții sunt ținta unor escrocherii, fraude generate de hackeri, pierderea datelor prin atacuri cibernetice, etc. Tot aici, mai putem menționa și pierderea caracterului privat al oricărei tranzacții online și în aceste condiții și se pot produce o serie de infracțiuni, de asemenea, uneori apar probleme legate de aspecte etice legate de relațiile client-bancă;
- creșterea productivității muncii este asociată cu problema pierderii locurilor de muncă a personalului bancar;
- creșterea performanțelor bancare – uneori este destul de greu de anticipat și cuantificat performanțele bancare ce se așteaptă a fi generate de noi piețe sau de lansarea produselor noi.

De regulă, investițiile băncilor în digitalizare are ca scop, în primul rând, optimizarea proceselor și reducerea costurilor și, apoi, atragerea de noi clienți și noi segmente de piață.

Dacă e să ne referim la tipologia clienților în funcție de atitudinea în raport cu digitalizarea bancară, putem deosebi următoarele categorii de clienți:

- utilizatori avansați – se caracterizează prin faptul că au pierdut contactul fizic cu banca; orice serviciu sau produs bancar nou apărut sau existent în mediul online, îl utilizează fără nicio reticență;
- utilizatori începători – utilizează servicii bancare online doar în lipsa alternativei de utilizare a serviciilor bancare tradiționale; de regulă, nu inițiază operațiuni independent, simt necesitatea de fi ghidați sau asistați;
- utilizatori reticenți – sunt cei care au puține cunoștințe și dexterități tehnice; au vârste înaintate; prejudecăți privind securitatea și/sau confidențialitatea tranzacțiilor bancare efectuate prin intermediul mediului online.

Schimbările majore care au survenit pe piețele financiare internaționale, au avut impact și asupra sectorului bancar din Republica Moldova, care, actualmente este reprezentat de Banca Națională a Moldovei și de 11 bănci. Toate băncile prestează și servicii de digital banking pentru clienții săi.

Presiunile pentru adoptarea soluțiilor digitale la bănci vin, de regulă, din partea clienților.

Republica Moldova se caracterizează prin accentuarea diferenței tot mai pronunțate a grupurilor sociale (venituri, nivel de educație, inclusiv digitală) și a celei demografice (diferența negativă dintre natalitate și mortalitate). Aceste diferențe în timp vor fi și mai apăsătoare și vor afecta și mai mult competitivitatea digitală.

Deși, majoritatea băncilor autohtone pun accent în digitalizare pe diversificarea și perfecționarea serviciilor online, digitalizarea băncilor este la o fază incipientă, chiar dacă în Republica Moldova conexiunea și viteza internetului este una destul de mare.

Băncile autohtone folosesc serviciile bancare online pentru că sunt cele mai ieftine metode de executare a transferurilor bancare. Digital banking permite realizarea transferurilor bancare fără a vizita banca, bazându-se doar pe accesul direct la informațiile financiare. Astfel, acest serviciu își pierde afinitatea de spațiu și timp.

Băncile din Republica Moldova se digitalizează prin integrarea tehnologiilor pe care le posedă: fie sunt elaborări ale serviciului IT propriu al băncii, fie se face apel la serviciile companiilor specializate.

Serviciile bancare oferite online în Republica Moldova nu diferă de cele tradiționale. Ele se deosebesc doar după forma de interacțiune cu clientul.

Aceste servicii se consideră a fi cele mai moderne. Acest lucru este determinat de următorii factori: digitalizarea necesită un sistem back-office dezvoltat, care presupune diferite planuri tarifare pentru clienți (standard, econom, VIP, etc.) și să gestioneze riscurile ce apar în procesul executării operațiunilor bancare.

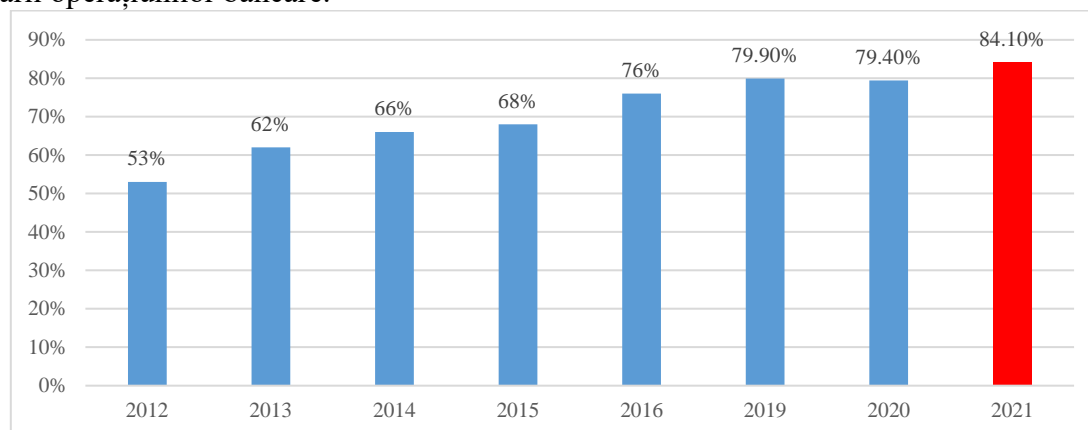


Figura 2. Conectarea gospodăriilor la internet în Republica Moldova, în perioada 2012-2021

Sursa: SONDAJ NAȚIONAL ANUAL 2021. Percepția, asimilarea și susținerea de către populație a eGuvernării și Modernizării serviciilor guvernamentale. [\[online\]. Disponibil: https://www.egov.md/ro/file/7652/download?token=Ac9pb34s.](https://www.egov.md/ro/file/7652/download?token=Ac9pb34s)

În scopul digitalizării economiei, în Republica Moldova a fost constituită Agenția de Guvernanță Electronică. Conform datelor prezentate de agenție, putem observa modalitatea de digitalizare a economiei, unde un rol semnificativ, în calitate de intermediari, îl au băncile.

Agenția de Guvernanță Electronică ne prezintă informația privind accesul la internet și serviciile electronice (figura 2).

Analizând figura 2 putem concluziona că 84,1% din gospodăriile sunt conectate la internet, iar conectarea la internet este cu circa 25% mai înaltă decât dotarea gospodăriilor cu computer, care constituie 59,7% în anul 2021 (SONDAJ NAȚIONAL ANUAL 2021). Această cifră în România constituie – 89%, iar în UE – 97%.

Conform datelor prezentate de Agenția de Guvernanță Electronică, rata de accesare a internetului scade pe măsura accederii în vârstă, este mai mare în mediul urban și înregistrează o corelație pozitivă cu nivelul de educație și veniturile personale.

„Socializarea și agrementul”, la moment, constituie principalele destinații ale utilizării internetului, iar „informarea despre obținerea serviciilor publice în regim online” se bucură de cea mai scăzută preferință.

Așadar, din totalul populației care a utilizat internetul în anul 2021 – 89,4% l-au utilizat „pentru discuții în chat”, iar 87,7% pentru „accesarea rețelelor de socializare”. Pe a treia poziție se plasează „convorbirile audio prin intermediul internet-ului” (68,6%), urmează „vizualizarea și/sau descărcarea conținutului digital în scopuri de agrement” cu 68,1%, „citirea știrilor, ziarelor, revistelor online” cu 64,8%, iar 57,1% pentru „poșta electronică”. Aceste informații se prezintă în figura 3.

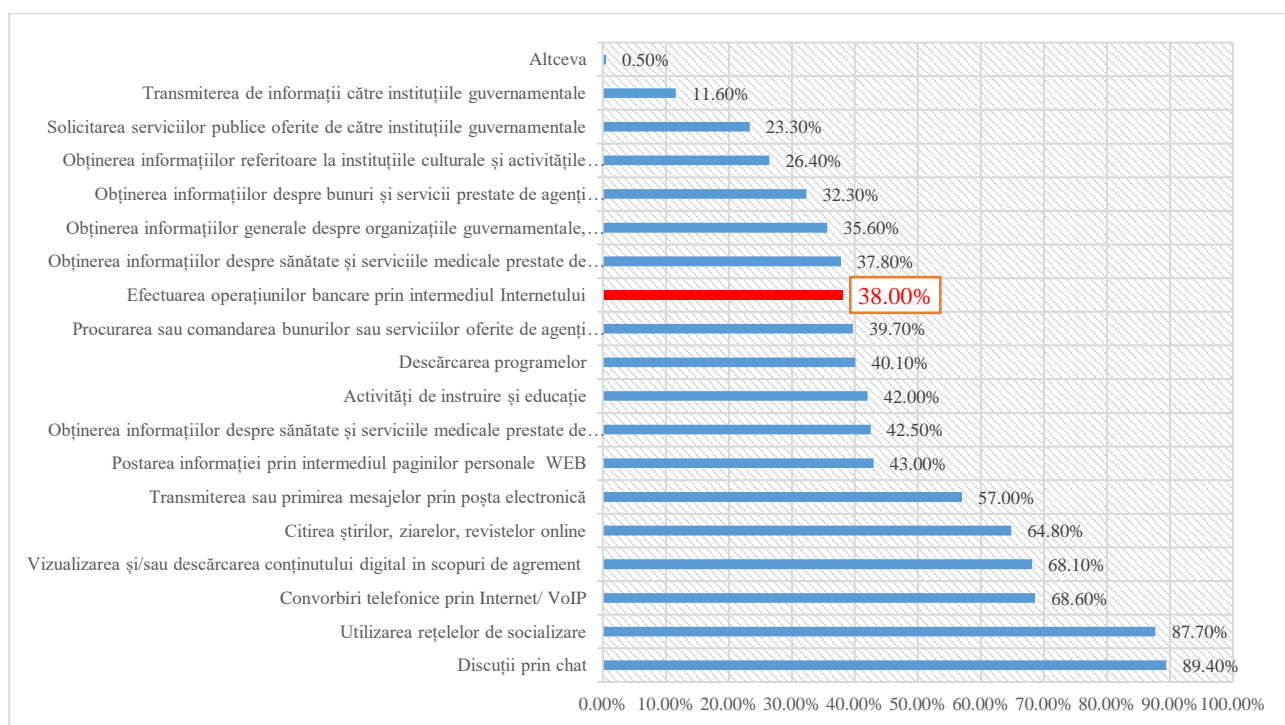


Figura 3. Destinația utilizării internetului în Republica Moldova, în anul 2021

Sursa: SONDAJ NAȚIONAL ANUAL 2021. Percepția, asimilarea și susținerea de către populație a eGuvernării și Modernizării serviciilor guvernamentale. [\[online\]. Disponibil: https://www.egov.md/ro/file/7652/download?token=Ac9pb34s.](https://www.egov.md/ro/file/7652/download?token=Ac9pb34s)

Analizând figura 3 se atestă că „utilizarea internetului în scopul inițierii serviciilor bancare” constituie 38,0% în anul 2021, fiind pe poziția a locul 12 în clasamentul preferințelor destinației utilizării internetul. Acest indicator în România constituie - 22%, iar în EU - 57%.

Altă participare a băncilor la dezvoltarea digitalizării economiei Republicii Moldova se efectuează în calitate de operatori de plăți electronice, prin intermediul Serviciul Guvernamental de Plăți Electronice – MPay a Agenției Servicii Publice, prin e-service, împreună cu Agenția de Guvernare Electronică; VISA și Mastercard.

Prestatori de servicii de plată electronică prin MPay sunt BC „Moldova-AgroindBank” S.A., BC „Victoriabank” S.A. - Grupul Transilvania, BC „Moldindconbank” S.A., FinComBank S.A., BC „Energbank” S.A., BC „EuroCreditBank” S.A., BC „ComerțBank” S.A., BC „EximBank” S.A., „OTPbank” S.A., QIWI, MMPS, PayMaster, Paynet Services SRL și ÎS Poșta Moldovei (Serviciul Guvernamental de plăți electronice). Astfel, din cele 11 bănci licențiate, ce activează pe teritoriul Republicii Moldova, 9 participă la acest sistem de plăți electronice.

În Republica Moldova procesul de digitalizare a băncilor este unul în fază incipientă.

Banca Națională a Moldovei încă nu impune careva reguli, norme, indicatori de evaluare a activității și nu solicită nicio raportare ce ține de digitalizare.

La fel, toate aplicațiile propuse clienților trec prin etapele: elaborează-lansează-testează-rectifică, adică toate lacunele sunt înlăturate pe parcursul exploatării aplicațiilor.

CONCLUZII

Ca și concluzii putem evidenția aspectele:

- 1) inovațiile și tehnologiile se vor implementa tot mai pregnant în toate domeniile de activitate;
- 2) digitalizarea sistemului bancar nu este atât de dinamică pe cât s-ar dori, dar este inevitabilă;
- 3) primele bănci își vor digitaliza activitatea, vor avea avantaje competitive și performanțe sporite;
- 4) digitalizarea bancară este condiționată și de exigențele clienților;

5) serviciile bancare tradiționale și cele digitalizate nu se exclud, ba din contra, se completează și vor coabita, cel puțin, cât vom avea generații reticente față de digitalizare;

6) cauzele dezvoltării lente a digitalizării băncilor în Republica Moldova sunt:

- managerii multor bănci au încă cunoștințe destul de vagi despre fenomenul de digitalizare;
- digitalizarea este un proces costisitor, iar rezultatele sale nu țin de orizonturile imediate;
- mulți manageri sunt sceptici și nu riscă să implementeze unele inovații din frica de eșec, de aceea preferă să implementeze produse și servicii online testate de alte bănci;
- băncile duc lipsă de personalul instruit și calificat în domeniul digitalizării;
- uneori, produsele se modifică mai repede decât soft-urile băncilor;
- o defecțiune tehnică poate paraliza activitatea întregii băncii (nu rare ori se întâmplă ore în șir să nu funcționeze aplicația mobilă, sau tranzacțiile efectuate se înregistrează online cu întârziere);
- implementarea unui produs bancar digitalizat implică eforturi enorme sub formă de resurse financiare, capital uman și timp, de aceea aceste cheltuieli trebuie planificate;
- este necesar de implementat în bănci cultura digitalizării.

REFERINȚE

1. *A digitaliza* [online]. Disponibil: <https://dexonline.ro/definitie/a%20digitaliza>
2. ILIE, O. (2018). Creșterea performanței sistemului de management din organizațiile bancare prin implementarea noilor tehnologii ale informației și comunicației (NTIC), *Teză de doctorat*, Târgoviște.
3. Serviciul Guvernamental de plăți electronice. *Parteneri de operare MPay*. [online]. Disponibil: <https://mpay.gov.md/Info/Partners>.
4. SONDAJ NAȚIONAL ANUAL. (2021). *Percepția, asimilarea și susținerea de către populație a eGuvernării și Modernizării serviciilor guvernamentale*. [online]. Disponibil: <https://www.egov.md/ro/file/7652/download?token=Ac9pb34s>.