

Сравнительный анализ рынка дистанционного банковского обслуживания России и Узбекистана

doi



А. С. Григорьева,
к. э. н., руководитель отдела
маркетинга, ООО «eKassir»
grigoryevaas@ekassir.com



Е. А. Прокудина,
студент, кафедра маркетинга;
факультет бизнеса, таможенного дела
и экономической безопасности;
Санкт-Петербургский
государственный экономический
университет
ekaterinapro77@mail.ru



П. А. Корнеева,
студент, кафедра управления
и планирования социально-
экономических процессов,
экономический факультет,
Санкт-Петербургский
государственный университет
polinakorneevva@gmail.com

Активная цифровизация жизни современного общества приводит к значительным изменениям в экономике. В финансовой сфере центром всех нововведений становится финтех, формирующий в настоящее время инновационный подход к работе финансовых структур с клиентами. Одной из тенденций развития банковской отрасли является повышение качества работы с населением, в том числе с помощью систем дистанционного банковского обслуживания (ДБО), активно набирающих популярность в последние годы. В статье рассмотрены текущее состояние и перспективы развития одного из направлений — мобильный банкинг — на примере продвижения сервиса в России и Узбекистане.

Ключевые слова: мобильный банкинг, дистанционное банковское обслуживание (ДБО), Россия, Узбекистан, банковская отрасль.

Введение

XXI век — век цифровой революции, которая охватила множество сфер жизнедеятельности людей. Именно развитие цифровых технологий стало современным вызовом для бизнеса, где значительные изменения проявились в способах взаимодействия потребителя и компании. Сегодня клиенты хотят иметь расширенный и постоянный доступ к информации об организации, продукте и преимуществах, которыми она обладает. Для оптимизации работы с клиентами, быстрого и качественного удовлетворения их потребностей, компании стали активно внедрять информационно-технологические платформы, цифровые интернет-сервисы, информационно-коммуникационных технологий. Все это привело к тому, что для повышения своей конкурентоспособности, организациям необходимо трансформироваться, изменять свои бизнес-процессы и постоянно технологически развиваться.

В финансовом, в частности банковском секторе, как в одной из важнейших сфер экономики любого государства, в большей степени отражается влияние процесса цифровизации. Европейская цифровая ре-

волюция банковского сектора началась с 23 декабря 2015 г., когда в официальном издании Европейского союза «The Official Journal of the European Union» была опубликована утвержденная Европейским парламентом и Советом Европейского союза переработанная и дополненная директива об оказании платежных услуг Payment Services Directive (EU) 2015/2366 (PSD2). Директива вступила в силу 12 января 2016 г. В течение двух лет с момента вступления Директивы в силу страны — члены ЕС обязаны привести национальное законодательство в соответствие с новыми нормами.

Банковский сектор США также активно внедряет цифровые технологии. Так, доля цифровой экономики в ВВП страны на 2017 г. составляет 10,9%, а по Индексу глобальной информационной связности (ГИС) McKinsey Global Inc. страна занимает 3-е место [3].

Анализ рынка дистанционного банковского обслуживания в России

Указ Президента РФ от мая 2017 г. «О стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 гг.» послужил началом цифровой революции в стране. По данным Глобального

института McKinsey возможный экономический эффект от цифровизации экономики России к 2025 г. составит 4,1-8,9 трлн руб. или 20-35% от ожидаемого увеличения совокупного ВВП страны. На 2017 г. процент цифровой экономики в ВВП Российской Федерации составлял около 3,9%, что в несколько раз ниже показателей лидирующих стран в этой позиции [1].

Цифровые технологии, особенно в банковской сфере, используют потенциал Интернета, где происходит активное взаимодействие людей, машин, товаров и услуг. В качестве инструмента наиболее частым стало использование мобильных технологий. По данным исследовательской компании «Ipsos Comcon» во втором полугодии 2017 г. 92% опрошенных россиян использовали для выхода в интернет мобильные телефоны или смартфоны, 82% активных пользователей выходили в сеть с ноутбука, нетбука или ультрабука. По сравнению с 2016 г. данные показатели выросли на 3 и 2% соответственно [2].

В рамках цифровой революции современная банковская система предоставляет широкий спектр услуг, которые объединены общим термином — дистанционное банковское обслуживание (ДБО). Оно направлено на удаленное предоставление банковских услуг и информации, не требующее личного визита клиента в банк и включает в себя следующий спектр банковских продуктов: интернет-банкинг, мобильный банкинг, обслуживание с использованием банкоматов (ATM-banking) и устройств банковского самообслуживания. Сегодня банки все больше уделяют внимание развитию мобильного банкинга, который представляет собой процесс управления средствами на банковском счете и получения информации при помощи смартфона, планшетного компьютера или обычного мобильного телефона.

На сегодняшний день мобильный банк развивается в соответствии с четырьмя бизнес-моделями:

- 1) daily banking;
- 2) digital office;
- 3) финансовая платформа;
- 4) банк как медиа.

Daily banking — это модель, в основе которой лежат ежедневные задачи пользователя: получение информации о продуктах и совершение с их помощью платежей и переводов. Большинство мобильных приложений российских банков находятся именно на этой стадии развития. Лидеры рынка уже внедряют функции, относящиеся к Digital office, т. е. те, которые позволяют решать задачи, связанные с управлением финансами и банковскими продуктами: возможность открытия новых продуктов, а также смена ключевых настроек. Финансовая платформа — это превращение банка в единое окно получения клиентского опыта, т. е. банк становится провайдером не только финансовых, но и нефинансовых услуг. Последняя бизнес-модель предполагает, что мобильный банк будет являться и консультантом для потребителя, предугадывая его желания и предлагая ему нужные продукты и сервисы.

Изучая опыт Европы, стоит отметить, что лидерами в мобильном банкинге являются Великобритания, Германия, и Испания [4]. При развитии рассматриваемого направления Россия вполне может ориентироваться

на кейсы, решенные данными странами и применять их опыт на практике с учетом Российской специфики. Например, в Испании был внедрен чат-бот с распознаванием голоса, в Германии потребителей мотивируют на вложения в ценные бумаги, предлагая уже готовые портфели из акций и облигаций с определенным уровнем риска и графиком с прогнозируемой доходностью, а в Великобритании можно оформить одноразовые виртуальные карты для покупок в интернете.

Цифровизация способствует созданию банками таких условий, чтобы большинство клиентских задач можно было решить в онлайн-режиме, не приезжая в отделение банка. ДБО в значительной мере упрощает коммуникации между банком и потребителем, экономит время и снижает издержки.

Мобильный банкинг появился в России в 1999 г., внедренный Сбербанком в виде sms-сообщений, но не был признан в обществе. На данный момент произошел огромный скачок в области мобильного банкинга в нашей стране. Россияне все больше доверяют и готовы начать регулярно пользоваться дистанционными каналами. Доля потребителей, использующих интернет-банкинг и мобильный банкинг выросла с 2017 по 2018 гг. на 13,6% [5].

В качестве общих тенденций развития ДБО в России можно отметить несколько пунктов:

- 1) увеличение функций интернет-банкинга для физических лиц;
- 2) российские банки активно внедряют возможность инвестирования и страхования через мобильное приложение;
- 3) переводы по номеру телефона, устаревание формата card2card;
- 4) для входа в мобильный банк все чаще используется отпечаток пальца или push-уведомления вместо sms-оповещений.

С целью изучения на практике удобства и функциональности мобильных банков в октябре 2018 г. было проведено исследование среди топ-25 банков России. Был отобран список критериев, представленных к мобильному банку с точки зрения частного лица, 16 из daily banking и 6 из digital office и проведен сбор информации у банков с помощью: телефонного интервью, электронной почты и чат-ботов. В результате исследования был выявлен перечень нереализованных у большинства банков функций. Как видно из рис. 1, в их число по daily banking входят: оплата по QR-коду, поисковая строка, чат-бот. Данные функции отсутствуют у 52% исследуемых банков. В модели digital office наиболее редкими функциями стали: покупка страховых продуктов (74% банков еще не внедрили данную услугу), возможность заказывать официальные документы из банка, смена ключевых настроек, смена данных клиента (в 59% мобильных банков отсутствует такой функционал)

В настоящее время на рынке мобильного банкинга присутствует один лидер — это АО «Тинькофф банк». Изначально разрабатываемый только как мобильное приложение, данный банк был признан самым большим розничным онлайн-банком мира. АО «Тинькофф банк» — это первый российский банк, полностью отказавшийся от отделений, все операции проводятся через

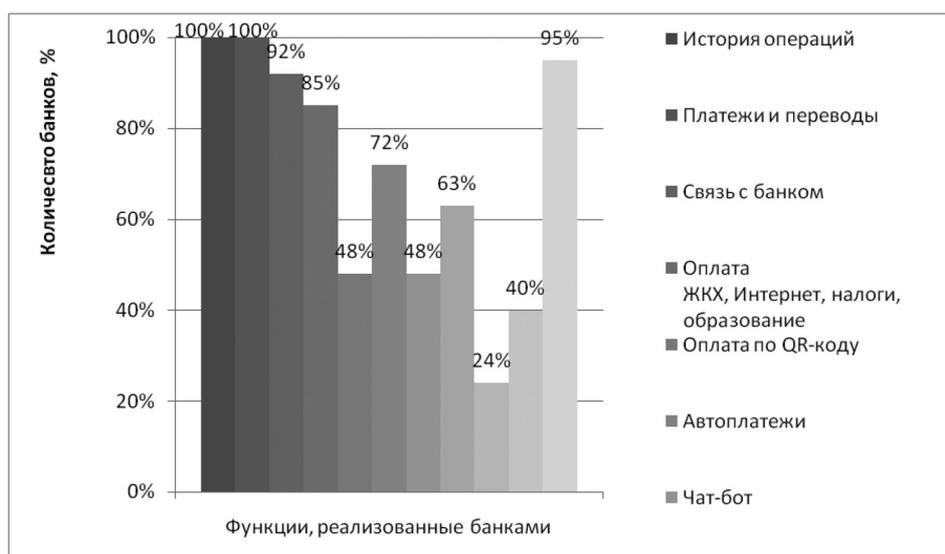


Рис. 1 Сравнительный анализ функциональности мобильных банков банковского сектора Российской Федерации (топ-25 банков)

Источник: составлено авторами на основе анализа мобильных приложений крупнейших банков России

интернет с помощью мобильных устройств. Таким образом, были сокращены издержки на обслуживание офисов и время ожидания выполнения операций клиентами. Все коммуникации с банком происходят через чат-боты, специалисты начинают обрабатывать заявку сразу же в момент ее поступления. Возможно, что в будущем банки перейдут на такой формат обслуживания клиентов, но для этого надо в первую очередь повысить уровень безопасности в Интернете, так как большой процент людей все еще не доверяет свои данные глобальной сети. Вообще, вопрос кибербезопасности в настоящее время является крайне актуальным. Многие компании занимаются защитой своих и персональных данных клиентов от цифровых атак. К сожалению, хищение денежных средств и конфиденциальной информации является все еще вполне распространенным явлением. Банки вынуждены разрабатывать новые способы защиты от новых видов хакерских атак. Но стоит отметить, что значительная часть преступлений в Интернете происходит из-за неосведомленности самих потребителей.

«Тинькофф банк» не стоит на месте и развивает уже целую экосистему, внедряя помимо банковских услуг еще и так называемые лайф-стайл услуги. К ним относятся инвестирование средств, приобретение страховых услуг, ипотека, покупка билетов в кинотеатр, бронирование столика в ресторане и др. Появление экосистем — это будущее мобильного банкинга, в котором банкам придется конкурировать уже не только друг с другом и финансовыми организациями, но и с представителями других сегментов потребительского сервиса. Небольшие шаги в эту сторону предпринимают ПАО «Сбербанк», АО «Альфа-банк», ПАО «Банк ВТБ», ПАО «АК Барс». Банки начинают сотрудничество с мобильными операторами, страховыми компаниями, инвестиционными компаниями и т.д. Переход к экосистемам вполне логичен, потребитель хочет не взять кредит, он хочет приобрести квартиру. Банки же создают единый канал, через который покупатель может удовлетворить свою потребность с подходящим

финансовым инструментом. Доход от неосновной банковской деятельности растет, а также уплотняются связи между банками и компаниями из других областей деятельности, не связанными с финансами, например, страховые, торговые, развлекательные компании. По результатам нашего исследования можно заметить, что у значительного количества банков еще существуют проблемы с внедрением функционала, относящегося к daily banking, т. е. связанные с осуществлением ежедневных простых запросов.

На данный момент на рынке разработчиков ДБО основными игроками являются: Finstream, R-Style, bpc, IsimpleLab. Также существует большое количество разработчиков, занимающихся отдельными функциями, созданием интерфейса или прочих приложений для банков. Стоит отметить, что большинство банков отдает предпочтение отечественным компаниям.

Таким образом, мобильный банкинг в России сделал большой шаг в развитии за последние 5 лет. Степень доверия потребителей к дистанционному управлению счетами растет, все больше людей используют мобильный банк как основной инструмент взаимодействия с банком. Население страны готово к нововведениям, 65% городских жителей согласны покупать банковские продукты через Интернет [3], с помощью мобильного банка, что сравнимо с показателями Европы. При этом существует огромный разрыв между лидерами рынка и остальными банками. Мобильный банкинг перерастает в целые экосистемы, предоставляющие не только финансовые услуги, но и развлекательные. Также на рынке функционирует достаточно большое количество банков, которые пока только настраивают функционал повседневных задач и удобство интерфейса. Лидерам рынка необходима полноценная цифровая трансформация, выстраивание партнерских отношений с другими компаниями. Малым и средним банкам, возможно, не стоит вкладывать все средства на развитие мобильного банкинга, с целью избежания рисков, более рационально выбрать определенную нишу и заниматься цифровизацией

определенного потребительского сегмента, привлекая IT-компании для разработки на аутсорсе отдельных функций. В целом, всем банкам есть куда расти и развиваться, в чем им готовы помочь целый список компаний, в том числе отечественных, предлагающих свои решения в области ДБО.

Анализ рынка дистанционного банковского обслуживания в Узбекистане

В настоящее время в Узбекистане насчитывается 27 крупных банков, среди них 16 банков с государственным участием и 11 коммерческих банков. Банковский сектор в Узбекистане успешно выстроил свои бизнес-модели и активно их применяет, но в приоритет, на фоне развития экономики страны (в период с 2010-2015 гг. ВВП Узбекистана вырос на 59%) [8], начинает выходить повышение доступности, качества банковских продуктов и их расширение для физических и юридических лиц.

Так, развитию банковского сектора Узбекистана послужило постановление Президента Республики Узбекистан № 3832 от 3 июля 2018 г. «О мерах по развитию цифровой экономики в Республике Узбекистан». В текущем году правительством Узбекистана были приняты меры по цифровизации экономики, куда входит создание интернет-банкинга и мобильного банка.

Как известно вклад России в развитие экономических, научных, нормативно-правовых, гуманитарных и других процессов в страны СНГ является довольно высоким и значимым. Большинство стран СНГ используют Россию при проведении бенчмаркинга, т. е. как сравнительный анализ результатов некой деятельности или принимаемых решений по отно-

шению к какому-либо стандарту, эталону. А так как банковская сфера Узбекистана совсем недавно стала внедрять собственные информационные технологии для улучшения работы с клиентами, то первое время она будет перенимать лучший опыт других стран, в том числе и России.

В настоящее время 21 банк Узбекистана из 28 крупных банков имеют мобильный банк (кроме АКБ «Узгазоэкспортбанк», АО «КДБ Банк Узбекистана», АКБ «Савдогар Банк», ДБ «Банк Садерат Иран», ЧАКБ «Туркистон Банк», АКБ «Универсал Банк», ЧОАК «Мадад Инвест Банк»). На рис. 2 представлено распределение функционала мобильного банка среди крупнейших банков Узбекистана.

На основе представленной диаграммы можно сделать вывод, что функционал мобильного банка в Республике Узбекистан ограничивается следующими операциями: платежи и переводы, история операций, оплата услуг ЖКХ, сотовой связи интернета, налогов и штрафов, образования и др. Отсутствует система автоплатежей, связи с банком, чат-бот и возможность инвестирования свободных средств. Таким образом, банки страны совсем недавно стали внедрять daily banking, активно развивать и дополнять мобильный банк всевозможными финансовыми продуктами, но значительная часть услуг все еще отсутствует.

Прежде чем создавать собственный мобильный банк, некоторые банки Узбекистана проводили исследования об отношении и готовности населения к нововведениям. Так, Открытый акционерно-коммерческий банк (ОАКБ) «Samarkand» провел исследование перспектив развития mobile-banking в Узбекистане и сделал выводы по собранным данным: 51% респондентов ответили, что не пользуются мобильным банкингом,

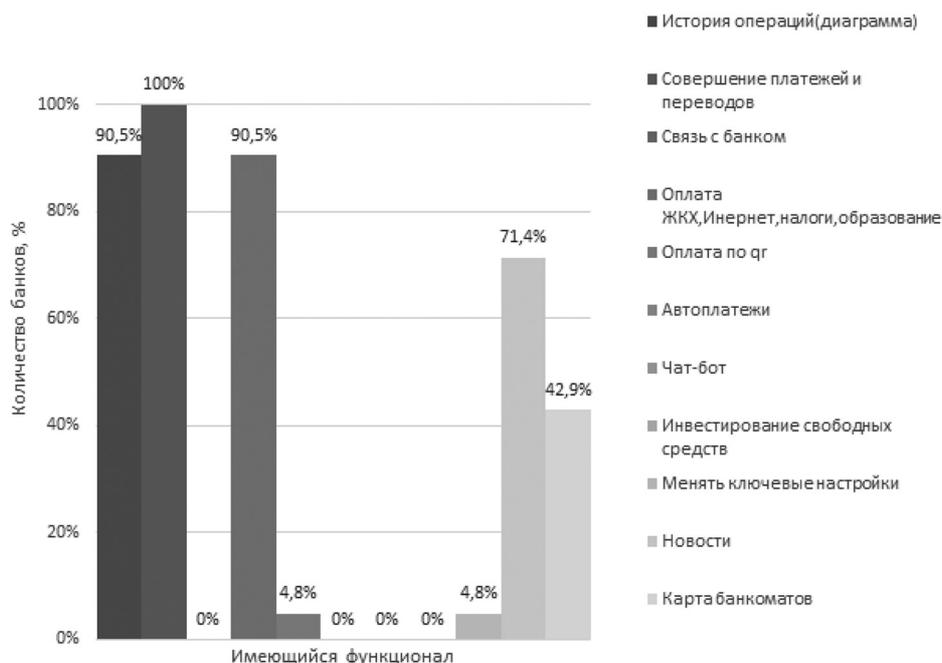


Рис. 2 Сравнительный анализ функциональности мобильных банков банковского сектора Республики Узбекистан

Источник: составлено авторами на основе анализа имеющегося интерфейса мобильного банка крупнейших банков Узбекистана

так как на телефоне нет мобильного приложения. 70% опрошенных выбрали пункт «Обычный телефон» из предложенных вариантов ответа: обычный телефон; смартфон; КПК. 52% респондентов указали, что их телефон работает на «Безоперационной системе (поддерживает Java)», у 14% опрошенных мобильные телефоны работают на платформе Android, у 15% — на Symbian и у 7% — на iPhoneOS [6].

На сегодняшний день большую часть населения Узбекистана (68,8%) составляют люди от 15-65 лет, среди них 50% представлено молодыми людьми в возрасте от 16 до 30 лет, которые часто используют современные устройства и технологии. Количество абонентов мобильной связи в 2018 г. достигло 22,8 млн человек [7]. При этом наблюдается широкое использование сети Интернет. На 2018 г. общее число интернет пользователей увеличилось на 5,3 млн человек по сравнению с 2017 г. [7].

Таким образом, для Республики Узбекистан неизбежен переход банковских услуг из стандартного предоставления их в отделениях банков в онлайн-режим. На банковские счета населения поступают стипендии, зарплаты, пенсии, дивиденды, денежные переводы из-за границы и многое другое. Разнообразными становятся платежи граждан Узбекистана: оплата сотовой связи и интернет, покупки в супермаркетах, счета в кафе и ресторанах, коммунальные платежи, погашение кредитов, налогов, штрафов и т. д. Мобильный банк становится наиболее удобным средством для использования банковских продуктов. Главное преимущество — экономия времени и доступ к более широким возможностям работы с банком: отсутствие очередей, управление счетами и возможность перевода денежных средств, где бы клиент не находился, получение необходимой документации и многое другое. Поэтому переход к использованию мобильных банковских технологий в Республике Узбекистан неизбежен.

Заключение

В настоящее время российские банки находятся на этапе постепенного внедрения цифровых технологий по сравнению с кредитными учреждениями США и стран Европы, однако для Узбекистана достижения в области цифровизации банковской сферы Российской Федерации, в частности создание и стремительное развитие мобильного банкинга, является примером, на который стоит ориентироваться.

На данный момент в России можно отметить большой разрыв в развитии мобильного банкинга. Большинство банков находятся на стадии внедрения функций, относящихся к daily banking. Все банки уже имеют возможность совершать платежи и переводы, просматривать историю операций и обновлять ленту новостей и нововведений. При этом большинство функций, относящихся к удобству использования приложения и интерфейсу, такие как чат-бот и поисковая строка, нуждаются в доработке. Лидеры рынка внедряют функции, относящиеся к digital office, которые позволяют банкам перейти на новый уровень — создание экосистем.

Партнерам из Узбекистана, на основе анализа имеющихся возможностей российского мобильного банкинга, следует активно развивать функции daily banking, в частности, внедрять работу чат-бота, организовывать связь с банком, обеспечить наличие поисковой строки, создать шаблоны и возможность для совершения автоплатежей. Конечно, данные преобразования требуют наличия определенных ресурсов, и при выборе системы для создания и развития мобильного банка того или иного разработчика, важно ознакомиться с имеющимися в ней технологиями и возможностями. Интерфейс и технология использования должны быть понятны клиенту: необходимо создать красочные приложения, сделать так, чтобы некоторые настройки работали «по умолчанию», с целью обучения пользователей можно внедрить систему sms-рассылки с одновременной возможностью осуществления общения с банком, также на сайтах банков следует создать Демо-версии системы «Мобильный банкинг». Главными тенденциями развития мобильного банка в Республике Узбекистан в ближайшие годы будут являться: внедрение в практику всех крупных банков страны приложения мобильного банкинга, постоянное расширение набора функций, рост интенсивности их использования, увеличение числа пользователей, а также спроса на другие виды ДБО.

Мобильный банк — это отличный инструмент для коммуникации с потребителем, с его помощью банки имеют возможность повысить лояльность клиентов, изучить его интересы и потребности, а также предложить наиболее выгодный обоим сторонам банковский продукт или услугу. Не стоит забывать, что внедрение инноваций в области ДБО должно происходить поэтапно, без существования одной бизнес-модели не может функционировать другая, это касается банковского сектора и России, и Узбекистана. С внедрением экосистем банки в значительной степени увеличат долю нетрадиционных доходов и снизят издержки на обслуживание банковских отделений. В конечном итоге мобильный банк становится индикатором, показывающим потребителям уровень развития банка, и в то же время для самих банков — это необходимое конкурентное преимущество и возможность увеличить свои активы.

Список использованных источников

1. М. А. Мирошниченко, К. И. Трелевская, Е. В., Мамыкина. Исследования процессов цифровизации банковского сектора в рамках экосистемы цифровой экономики России // Научный журнал КубГАУ. 2017. № 133 (09). С. 2-14.
2. А. Балашова. Россияне стали больше пользоваться мобильными приложениями банков и такси // РБК: электронный журнал, 2017. https://www.rbc.ru/technology_and_media/12/12/2017/5a2f9c249a7947369dc479f8.
3. Цифровая Россия: новая реальность. Исследование компании McKinsey Global Inc. Июль 2017. Сайт компании McKinsey & Company. <https://www.mckinsey.com/-/media/McKinsey/Locations/Europe%20and%20Middle%20East/Russia/Our%20Insights/Digital%20Russia/Digital-Russia-report.ashx>.
4. Mobile Banking Review Europe 2018. Исследование компании Markswobb. Июль 2018. Сайт компании Markswobb http://markswobb.ru/upload/pdf/Markswobb_Mobile_Banking_Review_Europe_2018_Intro_Report.pdf.

5. ЦБ: доля пользователей интернет- и мобильного банкин-га в РФ выросла до 45,1% <https://www.banki.ru/news/lenta/?id=10574763>.
6. Сайт информационного агентства «UzReport». <https://uzreport.news/finance/provedeno-issledovanie-perspektiv-razvitiya-mobile-banking-v-uzbekistane>.
7. Сайт Министерства по развитию информационных технологий и коммуникаций Республики Узбекистан. <http://mitc.uz/ru/stat/7>.
8. Сайт Всемирного банка. Статистические данные 2010 и 2015 гг. <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD>.

Comparative analysis of the market of remote banking services in Russia and Uzbekistan

A. S. Grigor'eva, candidate of economic sciences, head of marketing department, ООО «eKassir».

E. A. Prokudina, student, department of marketing, faculty of business, customs and economic security, Saint Petersburg state university of economics.

P. A. Korneeva, student, faculty of economic, Saint Petersburg state university.

Digitalization of modern society leads to significant changes in the economy. FinTech become the center of all innovations in the financial sphere, which forms an innovative approach to the work of financial structures with clients at present. One of the trends in the development of the banking industry is improving the quality of work with public, including through remote banking services (RBS). The article considers the current state and the development prospects of one of the directions — the mobile banking — on the example of promotion the service in Russia and Uzbekistan.

Keywords: mobile banking, remote banking system (RBS), Russia, Uzbekistan, bank industry.