

ИННОВАЦИОННЫЕ БАНКОВСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ

© 2013 Н.И. Войткевич, Д.Н. Косарев*

Ключевые слова: краудсорсинг, пластиковые карты, дистанционные каналы обслуживания, рейтинг интернет-банкинга.

Анализируется опыт крупнейших российских банков - Сбербанк и Альфа-Банка - по использованию инновационных банковских технологий в сегменте кредитных карт, интернет-банкинга.

Усиление конкуренции на рынке банковских услуг приводит к совершенствованию банковских продуктов и услуг, использованию банками новых приемов и методов работы, к разработке и внедрению инновационных технологий разработки, оказания банковских услуг и их продажи. Наиболее существенные изменения происходят в системе распределения банковских продуктов и услуг на базе использования современных информационных технологий, с учетом принципов маркетинга и стратегической логистики. Особенно наглядно это видно при анализе деятельности крупнейших российских банков - Сбербанк и Альфа-Банка, которые стремятся упрочить и расширить свои позиции в розничном сегменте рынка банковских услуг.

Сбербанк сегодня является абсолютным лидером российской банковской системы: по своим рыночным позициям, по объему активов и собственного капитала, по финансовым результатам и масштабам инфраструктуры. Банк имеет одну из самых разветвленных филиальных сетей в России: 17 территориальных банков, около 19 тыс. отделений, а также дочерние банки в Казахстане, Украине и Беларуси, филиал в Индии, представительства в Германии и Китае. После приобретения в 2012 г. Volksbank International у Сбербанк имеют представительства в 9 странах Центральной и Восточной Европы.

Сбербанк является современным универсальным банком, удовлетворяющим потребности различных групп клиентов в широком спектре банковских услуг. Почти половина хранящихся в российских банках сбережений граждан находится в Сбербанке, банк выдает около трети всех кредитов в стране. В 2012 г. Сбербанк объединился с компани-

ей "Тройка Диалог", что позволило расширить спектр предлагаемых услуг за счет высокопрофессионального финансового консультирования и возможности выбора инвестиционных стратегий на основе использования широкого спектра финансовых инструментов - от традиционных кредитных до сложноструктурированных инвестиционно-банковских продуктов¹.

Залогом успешной работы Сбербанк считает развитие взаимовыгодных отношений с клиентами и освоение новых управленческих технологий. Одной из современных технологий, используемых в Сбербанке, является краудсорсинг, который за счет привлечения с помощью Интернета большого числа людей к решению сложных проблем позволяет решать их при относительно небольших затратах. При использовании краудсорсинга необходимую работу для организации делают неоплачиваемые/малооплачиваемые профессионалы или любители, которые в свое свободное время решают проблемы или проводят исследования и разработки на заданные темы. В результате решения могут быть получены быстро и с небольшими затратами.

По словам председателя правления Сбербанка Г. Грефа: "...краудсорсинг - это принципиально новый подход для решения сложных задач. Он опирается на инициативу и интеллект сотен, тысяч, а иногда и сотен тысяч участников. А задача проектирования будущего относится к разряду самых сложных, и ее решение без краудсорсинга всегда остается мечтанием и фантазированием"².

Сбербанк в настоящее время в своей деятельности использует три типа краудсорсинга:

- 1) "биржа идей";
- 2) краудстаффинг;

* Войткевич Наталия Ивановна, доктор экономических наук, профессор. E-mail: vni63@list.ru; Косарев Дмитрий Николаевич, магистрант. E-mail: kosarevdm@mail.ru. - Самарский государственный экономический университет.

3) совместный благотворительный проект Сбербанка и фонда "Подари жизнь".

"Биржа идей" Сбербанка - это система сбора предложений сотрудников по улучшению работы банка. Она уже позволила банку сэкономить 27,4 млрд руб. в 2010 г. и около 17 млрд руб. в 2011 г.

Краудстаффинг Сбербанка заключается в поиске с помощью специальных методов оценки и системы аттестации работников наиболее талантливых из них и их продвижении внутри организации.

Также успешным примером применения технологии краудсорсинга руководство банка считает совместный благотворительный проект Сбербанка и фонда "Подари жизнь", по которому в 2008 г. была выпущена первая в России благотворительная карта Visa "Подари жизнь". С каждой транзакции по этой карте в благотворительный фонд перечисляется 0,6%³.

Для реализации краудсорсинговых проектов был создан промосайт www.sberbank.21, который направляет желающих участвовать в проекте в социальную сеть "Профессионалы.ru". В обсуждении краудсорсинговых проектов "Сбербанк - 2021", "Россия - 2021" и "Краудсорсинг - 2021" уже приняло участие 116 тыс. человек.

Клиенты российских банков все больше услуг могут получать, используя интернет-банкинг, который позволяет физическим лицам оплачивать коммунальные услуги, Интернет, мобильную связь и телевидение, просматривать состояние счетов и переводить средства со счета на счет и т.д.

Аналитическое агентство "Marksw Webb Rank & Report" опубликовало в апреле 2012 г. результаты маркетингового исследования российских сервисов интернет-банкинга. В

рейтинг были включены 30 крупнейших универсальных розничных банков, работающих на территории РФ, имеющих интернет-банк на русском языке и предоставляющих клиентам широкий спектр услуг, который включает как минимум размещение депозитов, выдачу кредитов и операции с валютой.

Для определения потребностей клиентов - физических лиц в исследовании применялось несколько методов: онлайн-опрос (опрошено более 400 пользователей российских интернет-банков), фокус-группа из пользователей российских интернет-банков, экспертная оценка.

Для составления рейтинга респондентами в каждом банке были открыты счета на сумму до 5000 руб., были выпущены дебетовые карты, получен доступ к интернет-банку для проведения платежей и переводов, проведены тестовые транзакции (оплата услуг и переводы на счет в другом банке). По результатам исследования был составлен рейтинг (см. таблицу). Банки получили оценки "А", "В", "С", отражающие объем и сложность задач, которые позволяет решить интернет-банк.

Оценку "А" интернет-банк получает, если является полноценной заменой отделения банка и позволяет получить услуги, обычно требующие посещения отделения банка: открытие вклада, получение кредита, перевыпуск карты, восстановление доступа и т.п.

Оценку "В" получили интернет-банки, в которых реализованы все базовые возможности, наиболее востребованные у клиентов: контроль состояния счета, просмотр истории транзакций, оплата услуг и переводы.

Оценку "С" интернет-банк получал в том случае, если не реализовывал все необходимые клиентам базовые возможности. Внутри категорий "А" и "В" определялись уровни оценок,

Рейтинг российских сервисов интернет-банкинга

Оценка рейтинга	Интернет-банк
А	Сбербанк
BB+	Альфа-Банк, банк "Санкт-Петербург", НОМОС-Банк, банк "Русский стандарт", Ситибанк, ТрансКредитБанк, ЮниКредитБанк
BB	СКБ-Банк, банк "Уралсиб"
B+	Банк Москвы, Газпромбанк, Московский индустриальный банк, Промсвязьбанк, Райффайзенбанк, Уральский банк реконструкции и развития, банк "Хоум Кредит"
B	Банк "Восточный", ВТБ24, Московский кредитный банк, банк "Открытие", банк "Петрокоммерц", Росбанк
C+	АК БАРС, банк "Возрождение", МДМ-Банк, Россельхозбанк, банк "Траст", Ханты-Мансийский банк
C	ОТП-Банк

обозначаемые от одной до трех букв (например, для категории “В” уровни “В”, “ВВ”, “ВВВ”) и отражающие полноту решения задач и степень удобства внутри данной категории: одна буква - минимальный уровень, три буквы - максимальный.

“Сбербанк ОнЛ@йн” стал единственным интернет-банком, получившим в рейтинге оценку “А”, означающую, что интернет-банк является полноценной заменой отделения банка: в нем реализованы возможности, обычно требующие посещения отделения банка (платежи, переводы, погашение кредита, открытие вклада, заявка на кредит, блокировка карты и т.п.)⁴.

Помимо развития интернет-услуг с 2010 г. Сбербанк начал активную деятельность на рынке кредитных карт. К марту 2011 г. рыночная доля Сбербанка на рынке кредитных карт достигла уже 10,9%.

На быстрое увеличение доли Сбербанка в сегменте кредитных карт повлияла активная работа по их выдаче, в первую очередь, клиентам банка в сегменте кредитования. Для дальнейшего распространения банковских карт Сбербанк в рамках пилотного проекта в нескольких регионах России поменял пенсионерам сбернижки на кредитные карты. Проект признан успешным, и только 2% пенсионеров отказались от выдачи карты. В дальнейшем банк планирует разворачивать эту технологию по всей стране.

В настоящее время Сбербанк, реализуя маркетинговую стратегию сегментирования рынка, выпускает несколько видов дебетовых и кредитных карт:

- ◆ премиальные карты с обширной программой дополнительных привилегий;
- ◆ кредитную карту Сбербанка России для жителей РФ от 21 года;
- ◆ молодежные дебетовые карты с уникальным дизайном;
- ◆ социальные карты для получения пенсий и стипендий;
- ◆ подарочные карты Visa Сбербанка;
- ◆ карты Visa Gold/Classic “Подари жизнь” (первая платежная банковская карта Сбербанка России с благотворительной программой), Gold/Standard MasterCard “МТС” (накопление баллов в программе “МТС Бонус”), Visa Gold/Classic “Аэрофлот” (накопление миль в программе “Аэрофлот Бонус”).

Следует отметить, что большинство из названных видов пластиковых карт выпускают и

обслуживают и другие российские банки. Это уже достаточно традиционное направление банковской деятельности, инновационными являются различные программы и акции, реализуемые с использованием карт. Так, в качестве новой технологии стимулирования распространения карт, которая является и технологией стимулирования продаж товаров для розничных торговых сетей и интернет-магазинов, можно рассматривать программу “Спасибо”, подготовленную Сбербанком к своему 170-летию. Пользователи молодежных пластиковых карт теперь при оплате товаров и услуг молодежной картой Сбербанка будут получать бонусные “Спасибо” по курсу: 1 бонус = 1 рубль на свой бонусный счет участника. На бонусный счет участника программы бонусы зачисляются за безналичные операции, совершенные по карте ОАО “Сбербанк России” в торговой инфраструктуре, принимающей карты международных платежных систем, на территории России и за ее пределами. Накопленные бонусные “Спасибо” можно обменивать на скидки в магазинах-партнерах программы Сбербанка. Более 10 тыс. торговых точек и крупнейших интернет-магазинов России принимают бонусы “Спасибо” от Сбербанка для “оплаты” своих товаров.

Инновационные технологии предлагает своим клиентам и Альфа-Банк - крупнейший частный банк России по величине активов собственного капитала, кредитному портфелю и счетам клиентов. По итогам 2011 г. совокупные активы банковской группы “Альфа-Банк”, куда входят ОАО “Альфа-Банк”, дочерние банки и финансовые компании, составили 31,4 млрд долл. США, совокупный капитал - 3,4 млрд долл. США, совокупный кредитный портфель - 23,2 млрд долл. США. По состоянию на 1 января 2012 г. в Альфа-Банке обслуживалось около 56 тыс. корпоративных клиентов и 6,3 млн физических лиц. В Москве, регионах России и за рубежом открыто 465 отделений и филиалов банка, в том числе дочерний банк в Нидерландах и финансовые дочерние компании в США, Великобритании и на Кипре.

Одним из перспективных направлений деятельности Альфа-Банка является развитие электронных каналов доступа клиентов - физических и юридических лиц к российским и зарубежным финансовым рынкам. По оценкам специалистов банка, ежегодные темпы роста сегмента инвестиционных услуг составляют 20%⁵.

Банк планирует активно развивать и продавать услуги трейдинга, предоставляя клиентам - физическим лицам возможность совершать валютные спекуляции на рынке Forex, и услуги по высокотехнологичному доступу к мировым биржевым площадкам для совершения сделок с ценными бумагами. Чтобы услуга отличалась высоким качеством, банк активно развивает платформы Alfa Forex и Direct Market Access для работы с финансовыми рынками - брокерские интерфейсы, аналитические системы, системы контроля рисков⁶.

Следует отметить, что российские банки уделяют самое пристальное внимание развитию каналов распределения своих услуг, повышению эффективности действующих систем продаж. Рост рентабельности функционирования каналов распределения, качество обслуживания в розничных точках продаж рассматриваются банками в качестве важнейшего конкурентного преимущества. Одно из направлений повышения эффективности и развития каналов распределения - использование для продажи услуг каналов дистанционного обслуживания на основе применения современных информационных технологий.

В Альфа-Банке развиваются такие технологии оказания услуг по каналам удаленного доступа, как интернет-банк "Альфа-Клик", мобильный банк "Альфа-Мобайл", смс-банк "Альфа-Чек". В планах банка к 2015 г. порядка 90% транзакционных операций проводить вне отделений. Согласно стратегии развития Альфа-Банка к 2015 г. проникновение каналов удаленного доступа должно составить по интернет-банку - 55%, по смс-банку - 48%, по мобильному банку - 25% от общего числа клиентов⁷. Для достижения этой цели в банке ведется работа по совершенствованию продуктов и улучшению интерфейсов (они делаются более понятными и удобными).

Пластиковые карты Альфа-Банка предоставляют держателям карт ряд дополнительных услуг и преимуществ. Так, клиенты Альфа-Банка, имеющие карты MasterCard World Signia, MasterCard Black Edition, MasterCard Platinum и MasterCard Gold получают значительные скидки при приобретении различных товаров и услуг при условии их оплаты с использованием пластиковой карты Альфа-Банка. "Мобильная карта" Visa-Ruru-Альфа-Банк дает возможность

быстро и безопасно оплачивать любые товары и услуги прямо со счета мобильного телефона "Билайн", а пополнение карты осуществляется путем пополнения баланса телефона.

В апреле 2012 г. Альфа-Банк совместно с Nokia выпустил специальное банковское приложение для смартфонов, работающих на операционной системе Windows Phone. Это первое банковское приложение для платформы Windows Phone, выпущенное в России. Приложение позволит владельцам смартфонов на ОС Windows Phone получать актуальную банковскую информацию: на экране телефона они увидят актуальные курсы валют, ближайшие к их местоположению отделения банка и банкоматы на карте города, смогут оценить расстояние до них, а также найти точки погашения кредитов. Кроме того, с помощью мобильного банка "Альфа-Мобайл" клиентам доступны и другие банковские операции: переводы между собственными счетами, оплата сотовой связи, услуг интернет-провайдеров, переводы в другой банк или другому клиенту Альфа-Банка, оплата коммунальных услуг и др.

Таким образом, создавая современные инновационные продукты, отвечающие требованиям потребителей, и развивая и совершенствуя каналы удаленного доступа, крупнейшие российские банки стремятся за счет стратегии сегментирования охватить максимальное число клиентов⁸.

¹ Сбербанк России. Банк сегодня. URL: <http://www.sbrf.ru/samara/ru/about/today>; <http://www.sberbank.ru/moscow/ru/about/today>.

² Сбербанк 21. URL: <http://sberbank21.ru>.

³ Гений в толпе // Прямые инвестиции. 2011. □ 12. С. 8-11.

⁴ Рейтинг интернет-банков: первое место занял Сбербанк. URL: <http://krugdoveriya.mail.ru/articles.html?id=2294>.

⁵ Развитие электронных каналов инвестиционного банка // Альфа-навигатор. 2012. □ 28.

⁶ Там же.

⁷ Там же.

⁸ См. также: *Войткевич Н.И.* Информационные технологии в управлении каналами распределения // Вестн. Урал. гос. техн. ун-та - УПИ. Екатеринбург, 2009. □ 2. С. 33-41; *Евтодиева Т.Е.* Условия формирования и особенности функционирования логистической сети распределения // Вестн. Самар. гос. экон. ун-та. Самара, 2011. □ 10. С. 15-19.