

Развитие онлайн-продаж банковских продуктов в цифровой среде

Быканова Наталья Игоревна,
доцент кафедры инновационной экономики и финансов НИУ «БелГУ», кандидат
экономических наук, доцент, Белгород, Россия

Гордя Д.В.,
ассистент кафедры
инновационной экономики и финансов НИУ «БелГУ»,
Белгород, Россия

Аннотация

Цифровизация активно влияет на банковский сектор, и российская банковская отрасль представляет собой один из показательных примеров стремительного цифрового развития. В данной статье авторы исследуют уровень цифровизации российских банков с точки зрения этапов клиентского пути, изучают готовность клиентов российских банков пользоваться банковскими продуктами онлайн. Кроме того, на основе отчетности коммерческих банков проанализированы удельный вес кредитных и депозитных продуктов коммерческих банков в общем объеме банковских онлайн-продаж России, определены основные тренды в развитии рынка банковских продуктов и услуг, выдаваемых дистанционно.

Ключевые слова: банковский рынок, онлайн-продажа банковских продуктов, цифровизация банков, онлайн-банкинг, банковские продукты.

Development of Online Sales of Banking Products in the Digital Environment

Natalia I. Bykanova,
Associate Professor of the Department of Innovative Economics and Finance of the
National Research University "BelSU", Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Belgorod, Russia

Daria V. Gordya,
Assistant of the Department
of Innovative Economics and Finance of the National Research
University "BelSU",
Belgorod, Russia

Abstract

Digitalization is actively affecting the banking sector, and the Russian banking industry is one of the best examples of rapid digital development. In this article, the authors examine the level of digitalization of Russian banks in terms of the stages of the customer journey, study the readiness of Russian bank customers to use banking products online. In addition, based on the reports of commercial banks, the share of credit and deposit products of commercial banks in the total volume of online banking sales in Russia was analyzed, and the main trends in the development of the market for banking products and services issued remotely were identified.

Keywords: banking market, online sale of banking products, digitalization of banks, online banking, banking products.

«В эпоху цифровой экономики современные технологии открывают новые возможности для банковской отрасли. Финансовые институты активно стремятся к переходу в цифровое пространство, развивают информационные

технологии и оптимизируют бизнес-стратегии, внедряют инновационные продукты и услуги» [1, с. 27]. Банковская отрасль представляет собой весьма перспективное направление бизнеса, наиболее подверженное инновационным изменениям. Главной тенденцией в банковской деятельности последних лет становится переход в цифровое пространство. Рост спроса на выполнение максимального количества банковских операций в онлайн-сервисах вне зависимости от местонахождения клиента обуславливает данный тренд [2, с. 64].

Согласно экспертам Boston Consulting Group, «среди всех мировых финансовых институтов системным переходом на цифровые технологии занимается только каждый пятый банк. В России автоматизация протекает быстрее: российская банковская отрасль представляет собой один из показательных примеров стремительного цифрового развития» [6]. По версии Deloitte, российские банки входят в топ-10 по предоставлению онлайн-сервисов. На рис. 1 представлен индекс цифровизации российских банков по этапам клиентского пути в сравнении со средними значениями по показателям и по показателям мировых лидеров [5].

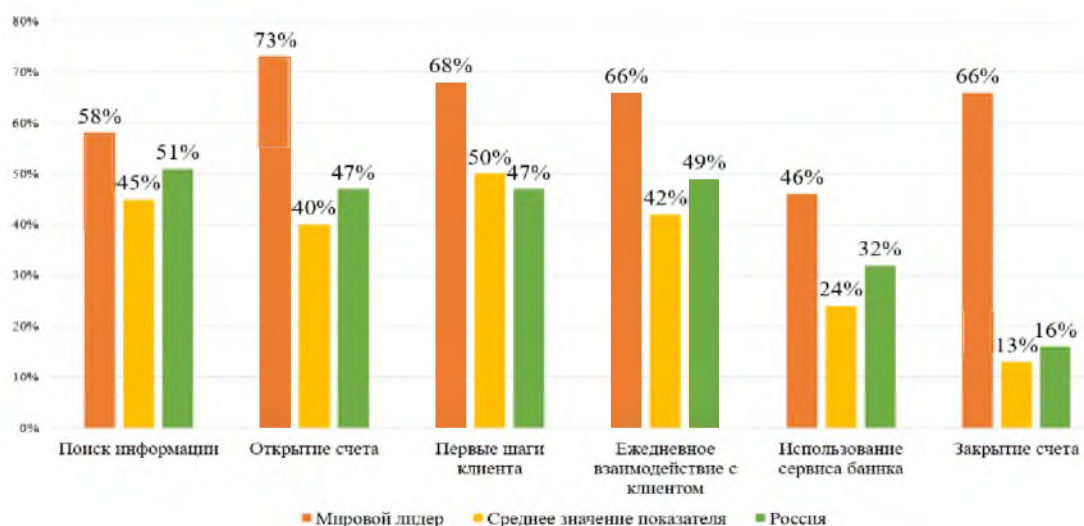


Рис. 1. Индекс цифровизации российских банков по этапам клиентского пути в 2020 г., %

Таким образом, исходя из данных, представленных на рис. 1, можно сделать вывод, что показатели банков в России опережают среднее значение показателя по миру практически на всех этапах взаимодействия с клиентом, кроме первичного взаимодействия, а по некоторым этапам, например, по поиску информации – сопоставимы с мировыми лидерами индекса, что позволяет высоко оценить уровень цифровизации российских банков. Ситуация в России отличается от общемировой тем, что, в силу относительной «молодости» банковской системы, активный этап развития сектора пришелся уже на цифровую эпоху, что позволило еще на ранней стадии интегрировать современные технологии в основные бизнес-процессы.

Согласно исследованию банка «Синара», клиенты из России активно поддерживают интернет-банкинг и охотно пользуются цифровыми услугами. На рис. 2 представлены результаты опроса, проведенного в 2022 году [4].



Рис. 2. Готовность клиентов российских банков пользоваться банковскими продуктами онлайн, %

Таким образом, по данным рис. 2 можно отметить, что значительная доля клиентов уже используют банковские продукты, оформленные через банковское приложение или интернет-банк (56% ранее открывали онлайн-вклады или накопительные счета, 46% – цифровые дебетовые карты, 33% – кредит), а также многие готовы в будущем оформить банковские продукты онлайн при необходимости (78% – вклад или накопительный счет 71% – кредит или кредитную карту), причем среди клиентов, которые уже ранее пользовались интернет-банкингом лояльность еще выше – 91% респондентов готовы открыть еще один банковский продукт онлайн.

По данным опроса Frank Media [3], банки наращивают долю онлайн-продаж своих продуктов. Так, доля кредитов и вкладов, которые клиенты оформляют онлайн, существенно выросла с начала пандемии. Представим изменение доли онлайн-продаж банковских продуктов в табл. 1.

По данным табл. 1 видно, что доля потребительских кредитов, выданных онлайн, в ПАО «Сбербанк» еще до пандемии держалась порядка 50%, причем во время пандемии можно отметить рост доли с 53% до 71%.

В Банке ВТБ (ПАО) доля кредитов наличными, выданных онлайн в 2021 году, выросла в 3,5 раза по сравнению с периодом до пандемии и составляет 41,5% (в январе 2020 г. этот показатель был равен 11,8%). Доля онлайн-вкладов по итогам 2021 года превысила 60%, в накопительных счетах этот показатель составил более 70%.

Таблица 1

Изменение доли онлайн-продаж кредитных и депозитных продуктов
коммерческих банков в 2020-2021 гг., %

Банк	Доля потребительских кредитов, выданных онлайн		Доля онлайн-вкладов	
	2020 г.	2021 г.	2020 г.	2021 г.
ПАО «Сбербанк»	50	60	53	71
Банк ВТБ (ПАО)	11,8	41,5	42	60
Банк ГПБ (АО)			7	35
АО «Райффайзенбанк»	70	76	72	83
ПАО «Банк Уралсиб»	15	30	30	50
ООО «ХКФ Банк»	41	61	9	10
АО «Почта банк»	16	40	20	22

В Банке ГПБ (АО) доля новых вкладов, открытых дистанционно, в 2021 году составила 35%, тогда как в начале 2020 года этот показатель был на уровне всего 7%.

В АО «Райффайзенбанк» 76% клиентов получают кредит полностью онлайн. В онлайн-каналы поступает более 80% заявок на потребительские кредиты, тогда как в 2020 году этот показатель составлял в среднем порядка 70%. Особое внимание Банк уделяет ипотечным кредитам, доля таких онлайн-заявок в банке составляет более 95% (в декабре 2020 г. этот показатель был на уровне 70%). Что касается депозитных продуктов, то в течение последних двух лет наблюдается положительная динамика в открытии вкладов онлайн: доля таких депозитов выросла с 72% - в 2020 году до 83% - в 2021 году.

В АО «Почта банк» за 2021 год удвоилась доля дистанционно оформленных кредитных карт, в то же время доля онлайн-кредитов за это время существенно не изменилась и варьируется в пределах 20- 22%. Доля депозитов, открытых клиентами в мобильном приложении банка, выросла в 2,5 раза, составив к началу 2022 года около 40%.

В ПАО «Банк Уралсиб» доля кредитов, выданных дистанционно, с начала пандемии выросла практически в 2 раза составила по итогам 2021 года 30%. Кроме того, в 2021 году порядка 50% депозитов открываются дистанционно.

В ООО «ХКФ Банк» по итогам 2021 года более 60% заявок на кредит, получены через онлайн-каналы, тогда как в 2020 году этот показатель был на уровне 41%. Доля онлайн-вкладов в банке гораздо ниже: в 2021 году она составила всего 10% (для сравнения: в январе прошлого года – 9%).

Кроме того, необходимо отметить, что ковидные ограничения, самоизоляция, ограничения в работе банков, послужили росту популярности такого направления пластикового бизнеса как цифровые карты. Она представляет собой полноценную замену пластиковой банковской карты со всеми условиями — программой лояльности, лимитами, возможностью совершения финансовых операций (оплаты товаров и услуг, денежных

переводов и т.д.), но не имеющая физического носителя. Она, как правило, привязывается к дебетовым счетам клиента, но некоторые банки начали предлагать услугу и для кредитных счетов. Подобные карты в настоящее время предлагают такие банки как ПАО Сбербанк, Банк ВТБ (ПАО), ПАО Банк «ФК Открытие», ПАО Росбанк, ООО «ХКФ Банк».

Также, в целях увеличения онлайн-продаж банковских продуктов и услуг, участники банковского рынка стали активно развивать подключение клиентов к брокерскому обслуживанию. «В прошлом году в 6 интернет-банках можно было дистанционно заключить договор на обслуживание в рамках брокерских счетов или ИИС. В этом году эту возможность добавили еще три банка: ПАО Банк «ФК Открытие», АО «Россельхозбанк», ООО «ХКФ Банк». — итого уже 9 банков-участников из 22»[4].

Для того, чтобы покупатели приняли новый продукт, необходимо реализовать понятное и удобное управление им же, а этого добились пока не все участники рынка. Хорошим примером является АО «Почта Банк». Здесь информация о состоянии инвестиций выносится на первый план в формате «до и после». Клиент сразу понимает, его вложения в плюсе или минусе, и может принимать дальнейшие решения.

В интерфейсе используются простые тексты без сложных терминов. При продаже паев клиент информируется о том, как рассчитывается комиссия. Такой подход полезен для аудиторки, которая пользуется продуктом впервые.

Согласно прогнозам аналитиков, уровень цифровизации сбережений в 2022 году на российском рынке достигнет порядка 75%. Этому будут способствовать развитие инструментов повседневного онлайн-банкинга и технологий удаленной идентификации. По итогам 2022 году в России дистанционно будут открываться около 70% вкладов и других сберегательных продуктов.

В свою очередь, к основным драйверам роста, которые способны увеличить онлайн-продажи банков следует отнести: ускоренную банкеризацию населения, развитие новых сервисов онлайн-банкинга, интеграцию банковских и государственных сервисов на интернет-площадках кредитных учреждений, использование системы удаленной идентификации. Данные технологии и инструменты помогут сформировать полностью цифровое банковское обслуживание и пространство.

Список литературы

1. Ваганова О.В., Быканова Н.И., Гордя Д.В., Голубоцких В.Н. Развитие системы Open Banking в России // Современная экономика: проблемы и решения. 2022. № 1 (145). С. 27-37.
2. Ваганова О.В., Быканова Н.И., Коньшина Л.А., Гордя Д.В. Влияние новых финансовых технологий на развитие отечественного финансового рынка // Финансовая экономика. 2020. № 6. С. 133-139.
3. Ваганова О.В. Россия и санкции // Научный результат. Экономические исследования. 2022. Т.8. № 1. С. 4-11. DOI: 10.18413/2409-1634-2022-8-1-0-1
4. Пологрудова А.С. Информационные технологии в банковском секторе: тенденции и перспективы развития // System Analysis and Mathematical Modeling. – 2020. – Т. 2. – № 1. – С. 63-70.

5. Банки нарастили долю онлайн-продаж во время пандемии // Frank RG [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://frankrg.com/51448> (дата обращения: 04.09.2022).
6. Названы самые популярные банковские продукты, оформленные онлайн // Банки.ру [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.banki.ru/news/lenta/?id=10971230> (дата обращения: 04.09.2022).
7. Уровень цифровой зрелости банков. Как банки реагируют на цифровую революцию/эволюцию? // Deloitte [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://ict.moscow/static/pdf/files/DBM_2020_rus.pdf (дата обращения: 04.09.2022).
8. Цифровизация клиентского пути. Как банкам завоевать доверие клиентов и увеличить прибыль? // Boston Consulting Group [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.bcg.com/about/bcg-review/digitalization-client-way>. (дата обращения: 04.09.2022).
9. Yousef Ragheed, Vaganova O. V. —Development of Internet banking as an innovative distribution channel in Syrial, Research Result. Economic Research, 7(4), 95-102, DOI: 10.18413/2409-1634-2021-7-4-0-10
10. Vaganova O.V., Bykanova N.I., Mityushina I.L., Mohanad A.-S., Salim R. Introduction of the Latest Digital Technologies in the Banking Sector: Foreign Experience and Russian Practice. Humanities and Social Sciences Reviews, 2019, vol. 7, no. 5, pp. 789-796
11. Vaganova O., Bykanova N., Gordya D., Evdokimov D. Growth Points of Fintech Industry in the Perception of Financial Market Transformation // European Proceedings of Social and Behavioural Sciences (EpSBS). – 2021. – Vol. 103. – Pp. 435-441.