

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет)»
Высшая школа экономики и управления
Кафедра «Финансовые технологии»

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Заведующий кафедрой, д.э.н., проф.
_____ И.А. Баев
«_____» _____ 2019 г.

Совершенствование дистанционного банковского обслуживания физических лиц и малого бизнеса на основе ООО «Сетелем Банк»

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
ЮУрГУ – 38.03.01.2019.(108-119).ВКР

Руководитель работы,
к.э.н, доцент кафедры
_____ Н.В.Жданова
«_____» _____ 2019 г.

Автор
Студент группы ВШЭУ – 421
_____ О.В.Бессонова
«_____» _____ 2019 г.

Нормоконтролёр,
ст. преподаватель
_____ Е.Ю. Куркина
«_____» _____ 2019 г.

АННОТАЦИЯ

Бессонова О.В. Совершенствование дистанционного банковского обслуживания физических лиц и малого бизнеса на основе ООО «Сетелем Банк». Челябинск: ЮУрГУ, ВШЭУ-421, 2019. 83 с., 14 ил., 16 табл., 29 библи., 2 прил.

Выпускная квалификационная работа выполнена с целью разработки рекомендаций по совершенствованию дистанционного банковского обслуживания (ДБО) в ООО «Сетелем Банк».

В первой главе работы рассмотрены теоретические аспекты дистанционного банковского обслуживания, этапы его развития в России и за рубежом, а также нормативно-правовое регулирование в РФ.

Во второй главе проведен анализ финансовых показателей отчетности, так же анализ ДБО в ООО «Сетелем Банк» и исследована структура системы Интернет – банкинга в банках России.

В завершение предложены соответствующие рекомендации по совершенствованию ДБО в ООО «Сетелем Банк» и определена эффективность предложенных рекомендаций.

ABSTRACT

Bessonova O.V. Improvement of remote banking services for individuals and small businesses based on «Cetelem Bank» LLC. Chelyabinsk: SUSU, HSEM-421, 2019 83 s, 14 drawings, 16 tables, bibliography 29 names, 2 applications.

Graduation qualification work was performed in order to develop recommendations for improving the direction of remote banking services (RBS) at «Cetelem Bank».

The first chapter of the work deals with the theoretical aspects of remote banking services, the stages of its development in Russia and abroad, as well as the regulatory framework in the Russian Federation.

In the second chapter, an analysis of the financial statements of the financial statements, as well as the analysis of the RBS in «Cetelem Bank» LLC, was carried out and the structure of the Internet banking system in banks of Russia was investigated.

In conclusion, the proposed recommendations for the improvement of the RBS in LLC «Cetelem Bank» and determined the effectiveness of the proposed recommendations.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	8
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ОРГАНИЗАЦИОННО – НОРМАТИВНЫЕ АСПЕКТЫ ДИСТАНЦИОННОГО БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ	
1.1 История возникновения, понятие и сущность дистанционного банковского обслуживания физических лиц и малого бизнеса.....	11
1.2. Особенности организации дистанционного банковского обслуживания в российских банках и его виды	16
1.3 Нормативно – правовое регулирование дистанционного банковского обслуживания в Российской Федерации	24
2 АНАЛИЗ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПЕРСПЕКТИВНЫХ ПУТЕЙ ДИСТАНЦИОННОГО БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ ООО «СЕТЕЛЕМ БАНК»	
2.1 Общая характеристика и анализ финансовых показателей ООО «Сетелем Банк».....	31
2.2 Анализ дистанционного банковского обслуживания в ООО «Сетелем Банк»	46
2.3 Разработка рекомендаций по повышению эффективности дистанционного банковского обслуживания физических лиц в ООО «Сетелем Банк».....	59
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	68
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	71
ПРИЛОЖЕНИЯ	
ПРИЛОЖЕНИЕ А	74
ПРИЛОЖЕНИЕ Б	80

ВВЕДЕНИЕ

Современные условия развития и улучшения банковской деятельности устанавливают высокие требования к качеству обслуживания клиентов. На сегодняшний день наблюдается тенденция к переходу от количественного дохода в работе с клиентами к качественному, то есть улучшение качества взаимодействия клиента с банком в различных каналах обслуживания.

В настоящее время практически все коммерческие банки все более тщательно уделяют внимание улучшению качества сервисного обслуживания своих клиентов. Скорость, внимательность и удобство обслуживания выходят на лидирующие позиции в конкурентной борьбе за новых клиентов. Такие технологии позволяют совершать множество операций дистанционно, что положительно влияет на успешность банка, а также временные и материальные затраты значительно уменьшаются.

Таким образом, благодаря технологиям, практически все клиенты знакомы с дистанционным банковским обслуживанием (ДБО), которое, во-первых, повысит уровень сервиса для крупных клиентов банка, а во-вторых, с ростом числа операций, которые можно будет провести дистанционно, вырастет потребность в создании доступных и эффективных механизмов взаимодействия банков и клиентов. Любому клиенту банка ДБО открывает возможность максимально быстро провести банковскую операцию, так же экономит время и финансы на любой стадии работы с банком: консультация банковских продуктов, заполнение документов, информация о состоянии своих счетов.

В связи с тем, что дистанционное банковское обслуживание представляет собой новые перспективы развития банка, тема для изучения является актуальной.

Предмет исследования – виды дистанционного банковского обслуживания.

Объектом исследования является дистанционное банковское обслуживание клиентов в ООО «Сетелем Банк».

Целью работы является исследование дистанционного банковского обслуживания, а также поиск путей модернизации дистанционного банковского обслуживания в ООО «Сетелем Банк», и в том числе разработка и обоснование рекомендации по улучшению качества ДБО в банке.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- Изучить теоретические аспекты и нормативно-правовые акты дистанционного банковского обслуживания (ДБО);
- Проанализировать особенности дистанционного банковского обслуживания физических лиц и малого бизнеса;
- Разработать пути решения по совершенствованию дистанционного банковского обслуживания в ООО «Сетелем Банк».

Основой для написания теоретической части явились статьи и книги, посвященные этой теме таких авторов, как: К.Э. Пустовалова, Г.Н. Белоглазова, Л.П. Кроливецкая, В.А. Назаренко, Е.В. Бочкова, А.Б. Самолубова, Е.А. Абрамеева, И.А. Зарипов, и т.д. В первой главе данной работы описываются характерные черты дистанционного банковского обслуживания, даётся классификация каналов дистанционного банковского обслуживания. В главе присутствует информация, раскрывающая суть основных существующих сервисов дистанционного банковского обслуживания. Также в первой главе даются основные правовые нормы, регулирующие деятельность банков в сфере дистанционного банковского обслуживания.

Для написания второй главы нам необходимо было использовать информацию годовой финансовой отчетности ООО «Сетелем Банк», законодательные и нормативно – правовые акты Российской Федерации, регулирующие дистанционную работу банков с клиентами.

Для решения поставленных задач использовались такие методы исследования, как метод сравнения и обобщения, метод анализа, а также классификации. Для проведения расчетной части работы использовался экономико-

математический метод (составление агрегированного баланса и отчета о финансовых результатах).

Цель и задачи определили логику исследования: в первой главе были рассмотрены теоретические и организационно – нормативные аспекты ДБО, его особенности и виды. Во второй главе был проведен анализ финансово – хозяйственной деятельности банка, а также рассмотрена его общая характеристика. В третьей главе выявлены проблемы ДБО в банке, и найдены пути их решения, проведена оценка эффективности внедрения Интернет – банкинга.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ОРГАНИЗАЦИОННО – НОРМАТИВНЫЕ АСПЕКТЫ ДИСТАНЦИОННОГО БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

1.1 История возникновения, понятие и сущность дистанционного банковского обслуживания физических лиц и малого бизнеса

Впервые возможность покупать банковские услуги дистанционно, то есть исключительно по телефону предложил английский банк First Direct (1989 год), который до сих пор работает. Впервые в истории банковского дела было объявлено, что клиенты банка обслуживаются только по телефону, так как банк не имел ни одного отделения. First Direct был первым и остается одним из самых успешных банков, обслуживающих своих клиентов через электронные каналы, не имеющий до сих пор ни одного банковского отделения.

Там же открылся и первый виртуальный банк – Security First Network Bank (1995 г.), который не имел ни офисов, ни филиалов – все операции клиентов выполнялись через интернет. Однако массовое доверие пользователей к данной технологии появилось лишь в начале 2000–ых, когда интернет и мобильная связь прочно вошли в жизнь граждан США. Например, в 2001 году 20% клиентов Bank of America (более 2 млн. человек) совершали свои финансовые операции через систему интернет банка. Так же первые дистанционные банки появились в Великобритании. В 1989 г. Midland Bank учредил First Direct, который начал осуществлять текущие банковские операции в режиме дистанционного банка. В настоящее время First Direct является бесспорным лидером на рынке дистанционных банковских услуг в Европе, обслуживая свыше 500 тыс. клиентов [21].

Во всех западных странах универсальные банки развивают дистанционные системы обслуживания. Так, во Франции первым дистанционным банком стал созданный в 1987 г. банк Cortal. В 1994 г. группа Paribas учредила дистанционный банк Banque Directe по образцу First Direct. Позднее появилось еще несколько дистанционных банков – Credit du Nord, Cetelem, UCB, Cardif. Но все же во Франции система дистанционных банков менее развита, чем в Ве-

ликобритании. Так, ведущий французский дистанционный банк Cortal имеет всего 25 тыс. клиентов.

В США в настоящее время зарегистрировано около 100 Интернет – банков, занимающихся исключительно дистанционным обслуживанием. Большинство виртуальных банков довольно мелкие и уступают крупным банкам по масштабам как обычного, так и электронного банковского бизнеса. Основной движущей силой развития виртуальных банков является значительное снижение себестоимости банковских услуг. По оценкам экспертов, в США себестоимость операции по обработке одного чека снижается с 2 долл. при приеме через кассу банка до 0,7 долл. при передаче данных по закрытой сети, до 0,2 долл. при использовании телефона и до 0,05 долл. при осуществлении данной операции через Интернет.

В Россию данная технология пришла несколько позже – в конце 90-ых и на начальном этапе развивалась очень медленно. В 1992 году появился первый (и на сегодняшний день единственный) полностью «виртуальный» банк – Банк24.ру, работающий на рынке Свердловской области. Этот банк позиционирует себя как автоматизированный банк, осуществляющий круглосуточное обслуживание клиентов, где особое внимание уделяется качеству обслуживания, бренду и маркетингу [22]. ДБО занимает существенную роль в развитии банка, так, Банк России выявил, что более половины взрослого населения России готовы начать регулярно пользоваться дистанционными каналами банковского обслуживания – 54,3%. Доля тех, кто уже использует интернет – банкинг или мобильный банкинг в 2018 году выросла на 13,6% в сравнении с 2017 годом (31,5%). Кроме того, за период с 2017 года по 2018 год, доля субъектов малого и среднего бизнеса, использующие дистанционный доступ к своим банковским счетам выросла на 6% [22].

Естественно, рост использования дистанционных каналов явно заметен, и он компенсирует снижение физической доступности финансовой инфраструктуры. Количество действующих кредитных организаций заметно сокращается, в 2015

году значение уменьшилось на 11,2%, в 2016-м – на 8,7%, в 2017-м – на 3,4% [22].

Дистанционное банковское обслуживание на сегодняшний день представлено следующими характеристиками:

- при передаче информации от клиента к банку и обратно используются множественные каналы коммуникации, и исключается фактическое присутствие клиента на территории отделения банка;

- при передаче информации используются разные средства связи, а не прямой контакт между коммуницирующими лицами;

- результатом выполнения дистанционного обслуживания может быть: получение информации и выполнение какой-либо операции в банке;

- осуществление дистанционного банковского обслуживания невозможно без использования соответствующего программного обеспечения;

- ДБО может использоваться как физическими, так и юр. лицами;

- для того, чтобы выполнить банковскую операцию дистанционно, лицо в отношении, которого совершается операция должно быть идентифицировано в соответствии с законом;

- передача информации в ДБО может осуществляться в текстовом, голосовом, цифровом, а также других форматах телекоммуникационного сообщения.

На основе выявленных характеристик следует вывести обобщающее определение. Дистанционное банковское обслуживание – комплекс технологий удалённого предоставления банковских услуг, базирующийся на взаимодействия между банком и его клиентами с помощью различных телекоммуникационных каналов [4].

Главная цель улучшения банковской деятельности состоит в максимизации прибыли за счет неиспользованных ресурсов и повышении качества банковских услуг. Кроме того, сама конкурентная среда заставляет банки обращать пристальное внимание на внедрение систем ДБО. Во-первых, применение дистанционных услуг позволяет предоставить клиентам принципиально новый уровень

сервиса. Во-вторых, бурный рост розничного и кооперативного сегментов требует создания доступных и эффективных механизмов взаимодействия банка и потребителей. Для клиента это обозначает максимум удобства и минимум затрат по времени и финансам на всех стадиях взаимоотношений с банком. Для банка – увеличение показателей эффективности его работы, сокращение затрат и возможность существенного увеличения клиентской базы. Важно отметить, что многие банки, предоставив, например, клиенту возможность получать sms – сообщения на мобильный телефон о проведенных операциях с его банковской картой, во всеуслышание заявляют о действующей в банке системе ДБО.

Подобными действиями формируется абсолютно неверное представление у клиента о реальных возможностях такой системы, которые намного шире. По сути, система дистанционного банковского обслуживания подразумевает предоставление клиенту практически полного спектра банковских услуг, к числу которых относят:

- ПС-банкинг (PC-banking) (к этой категории могут быть отнесены системы «клиент-банк»);
- интернет - банкинг (Internet-banking);
- мобильный банкинг (mobile-banking);
- телефонный банкинг (phone-banking) (иногда используется термин телебанкинг);
- обслуживание с использованием банкоматов (ATMbanking) и устройств банковского самообслуживания [8].

Для того чтобы понять, что в настоящее время понимается под дистанционным банковским обслуживанием, рассмотрим сущность данного понятия с точки зрения различных авторов экономической литературы (таблица 1.1).

Таблица 1.1 – Мониторинг научных взглядов российских исследователей на категорию «дистанционное банковское обслуживание»

ФИО автора	Определение
Абрамеева Е.А.	«...это предоставление возможности клиентам совершать банковские операции, не приходя в банк, с использованием различных каналов телекоммуникации» [13].
Буркова А.	«...осуществление операций через специальные системы, которые позволяют производить банковские и некоторые другие операции благодаря программному обеспечению, доступному через Интернет» [14].
Ловяникова В.В., Латчина К.В.	«...технология, которая разработана исключительно для обеспечения клиентов возможностью беспрепятственно использовать все виды банковских услуг с использованием средств телекоммуникаций (чаще всего телефон, интернет) без его непосредственного присутствия в банке.» [20].
Трофимов В.В	«Дистанционным банковским обслуживанием (ДБО) принято называть оказание банковских услуг (предоставление банковских продуктов) на расстоянии, без посещения клиентами офиса банка, без непосредственного контакта с сотрудниками банка – из дома (так называемый «home-banking»), офиса, автомобиля и т.д.» [15].
Тавасиев А.М.	«Дистанционным банковским обслуживанием (ДБО) принято называть оказание банковских услуг (предоставление банковских продуктов) на расстоянии, без посещения клиентами офиса банка, без непосредственного контакта с сотрудниками банка - из дома (так называемый «home-banking»), офиса, автомобиля и т.д.» [20].
Ванин А., Сумманен К.	«технологии, в которой проведение операций не требует визита клиента в банк» [16].
Рудакова О.С.	«Интернет банкинг – это операции, осуществляемые банком в сети, отличающиеся от операций стандартных банковских отделениях лишь интерактивной формой взаимоотношений с клиентом» [11].
Серегин А.Ю., Червонный К.И.	«...предоставление банковских продуктов/услуг осуществляется по запросу клиента без непосредственного взаимодействия клиента с сотрудником банка» [12].
Ефимов О.Н.	«...это система, которая предоставляет клиентам возможность совершать банковские операции с использованием различных средств телекоммуникации, без непосредственного визита в офисы банка.» [18].

Таким образом, понятие «дистанционное банковское обслуживание» имеет понимают систему, посредством которой клиентам банка предоставляется возможность иметь доступ к своим счетам для получения всей необходимой информации, оплаты различных услуг, осуществления денежных переводов и иных банковских операций. Подобная система, войти в которую клиент может с помощью своего персонального компьютера или мобильного телефона, подключенных к сети Интернет, функционирует круглосуточно и в любой день недели и позволяет осуществлять необходимые операции прямо из дома или со своего рабочего места без необходимости физического присутствия в банковском офисе.

1.2. Особенности организации дистанционного банковского обслуживания в российских банках и его виды

Основным принципом всех систем дистанционного банковского обслуживания является обмен разной информацией между клиентом и банком на расстоянии. При этом со стороны банка обеспечивается должный уровень безопасности и конфиденциальности подобного общения, так как на сегодняшний день клиент банка дистанционно может не только получить информацию о своих счетах, но и управлять ими, совершая различные операции. В арсенале клиента находятся такие возможности, как удаленный доступ к счетам, платежи и переводы, а также открытие вкладов и большое количество материалов информационного характера, такие как курсы валют или расположение ближайших банкоматов. Для получения всего этого набора возможностей клиенту достаточно иметь какой-либо канал связи (телефонная связь или Интернет), техническое устройство (компьютер или телефон) и специализированный программный продукт, предоставляемый банком. Именно поэтому дистанционное банковское обслуживание иногда называют электронным банкингом, включая сюда такие понятия, как интернет – банкинг, мобильный банкинг, WAP – банкинг, SMS и другие. Рассмотрим подробнее каждое из направлений и выделим его особенности:

1. Каналы дистанционного обслуживания. Первым критерием различия систем дистанционного банковского обслуживания называют каналы доставки услуг. Здесь очень хорошо прослеживаются технологические и функциональные особенности каждого из каналов. Выделяют такие виды каналов предоставления дистанционного обслуживания в банках, как: телефонная связь; через сеть Интернет; специальные устройства самообслуживания.

2. Банкинг с помощью телефонной связи. Раньше всех появилась телефонная связь и до появления современных технологий развития сети Интернет была очень распространенным каналом. Клиенты могли получить любую информацию по счетам, а также консультацию по продуктам, достаточно было позвонить в банк. Подобный механизм остался и сегодня, хотя и был гораздо сокращен, благодаря внедрению канала общения через сеть Интернет, потому что был достаточно дорогой. Банки содержали большой штат сотрудников call – центра для предоставления своих услуг с помощью телефонной связи, хотя не брали с этого никаких комиссионных, что порождало высокие издержки их деятельности.

3. Платежно – справочные терминалы и банкоматы. В качестве еще одного канала дистанционного банковского обслуживания специалисты выделяют механизмы самообслуживания, такие как платежно-справочные терминалы, банкоматы и другое. Данный вид дистанционных банковских услуг требовал высоких вложений со стороны банка на начальных этапах развития. Производство и закупка соответствующего оборудования, создание технической базы для использования, развитие всей инфраструктуры и разработка логистики инкассации подобных устройств. Несмотря на это, банкоматы появлялись повсеместно, и на сегодняшний день у крупных банков представлены обширные сети данных машин для удобства их клиентов. Также растет и перечень предоставляемых услуг, совершенствуется безопасность использования, ну и самое главное преимущество среди других систем дистанционного банковского обслуживания – банкоматы позволяют обеспечить клиента наличностью, которая ему необходима.

4. Интернет – банкинг. Одним из самых перспективных и быстро развивающихся каналов предоставления банковских услуг на сегодня является сеть Интернет. Развитие различных информационных технологий позволило банкам предоставлять своим клиентам не только информационные и консультационные услуги, но и огромный спектр клиентских запросов и активных операций, такие как платежи и переводы. Производятся они посредством личного компьютера или мобильного телефона клиента с возможностью выхода в Интернет. Особенностью последнего из перечисленных каналов является тот факт, что взаимодействие банка с клиентом даже в сети Интернет строго регламентируется нормативами Банка России. Среди прочих, есть четкие положения по оформлению сайтов банков, которые предоставляют свои услуги через них: на странице сайта должно быть представлено полное фирменное наименование кредитной организации, включенное в ЕГРЮЛ; должен быть размещен регистрационный номер, который Банк России присвоил данной кредитной организации; сокращенное фирменное наименование на русском языке и т.д. Банк России также следит за безопасностью предоставления дистанционного банковского обслуживания, поэтому все операции клиента подвержены различным методам шифрования. Это особенно важно для юридических лиц, являющихся клиентами банка, потому что под угрозой может находиться вся их деятельность.

5. «Клиент–Банк». Возможность осуществления дистанционного банковского обслуживания через персональный компьютер носит название «Клиент–Банк». Зачастую банк предоставляет своим клиентам поддержку при установке и использовании подобных систем, что повышает уровень сервиса со стороны банка. Данную систему принято разделять на два типа:

– Классический Банк – Клиент, как его еще называют «толстый клиент», при котором на персональный компьютер клиента банка устанавливается специальная программа. С помощью нее на компьютере хранятся все данные клиента: платежные поручения, выписки по счетам и т.д., такую систему удаленного доступа используют юридические лица;

– «Тонкий клиент» или Интернет – Клиент – взаимодействие с банком напрямую по сети Интернет через браузер. В этом случае вся информация о действиях пользователя хранится на серверах банка, и физические лица имеют возможность пользоваться такими системами, как телебанкинг, интернет-банкинг, мобильный банкинг.

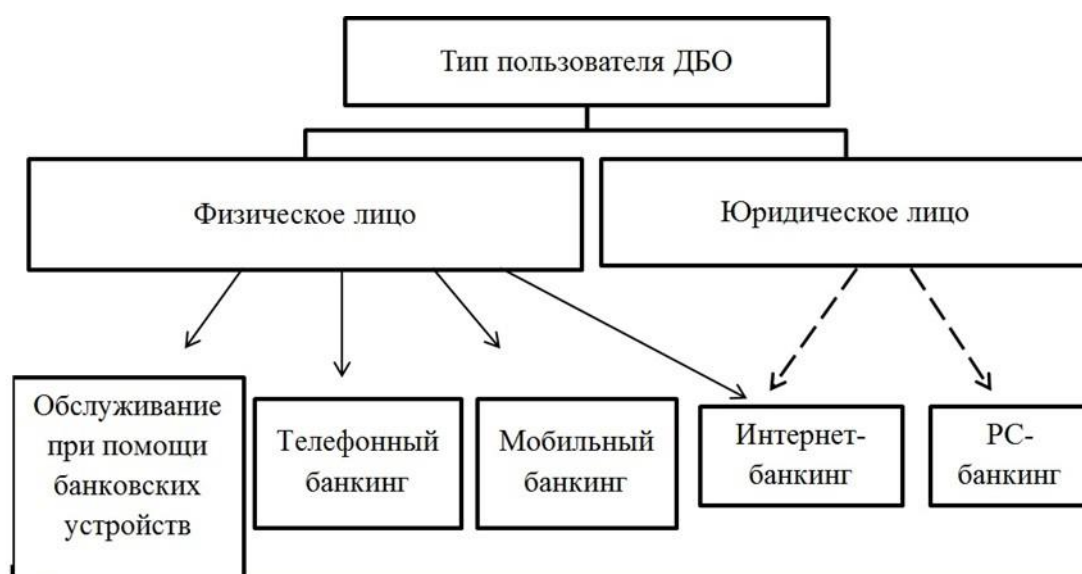


Рисунок 1.1 – Системы ДБО, используемые разными типами пользователей

Для бесперебойной и эффективной работы системы дистанционного банковского обслуживания необходимо привлечение высококвалифицированных специалистов. К этому перечню относятся финансовые специалисты, эксперты информатизации и информационной безопасности, юристы и многие другие профессии. Важно наладить работу структур банка по предоставлению дистанционного обслуживания с целью предотвращения различных ошибок и «слабых мест» в работе, что может сказаться на появлении существенных финансовых потерь и падении преимуществ банка.

Так же, ДБО можно характеризовать по следующим признакам:

1. По каналу взаимодействия между банком и клиентом.

Использование мобильного телефона – этот канал включает в себя несколько способов взаимодействия, такие как:

- Мобильные приложения банков разной направленности, которые банк разрабатывает для клиентов
- Взаимодействие через СМС, которое подразумевает как получение информации через СМС–сообщения, отправляемых клиентам, так и совершение операций с помощью отправки СМС–сообщений от клиентов банку;
- Взаимодействие с помощью контактного центра. Контактный центр используется банками как горячая линия для обращений клиентов. Так же контактный центр может осуществлять исходящие звонки клиентам в рамках предоставления информации об акциях и предложениях для клиента.
- Устройства самообслуживания – в данную категорию включаются банкоматы и терминалы банка.

А также персональный компьютер – использование клиентом интернет ресурсов банка позволяющее совершать операции или получать информацию с помощью компьютера, подключенного к сети интернет (рисунок 1.2).

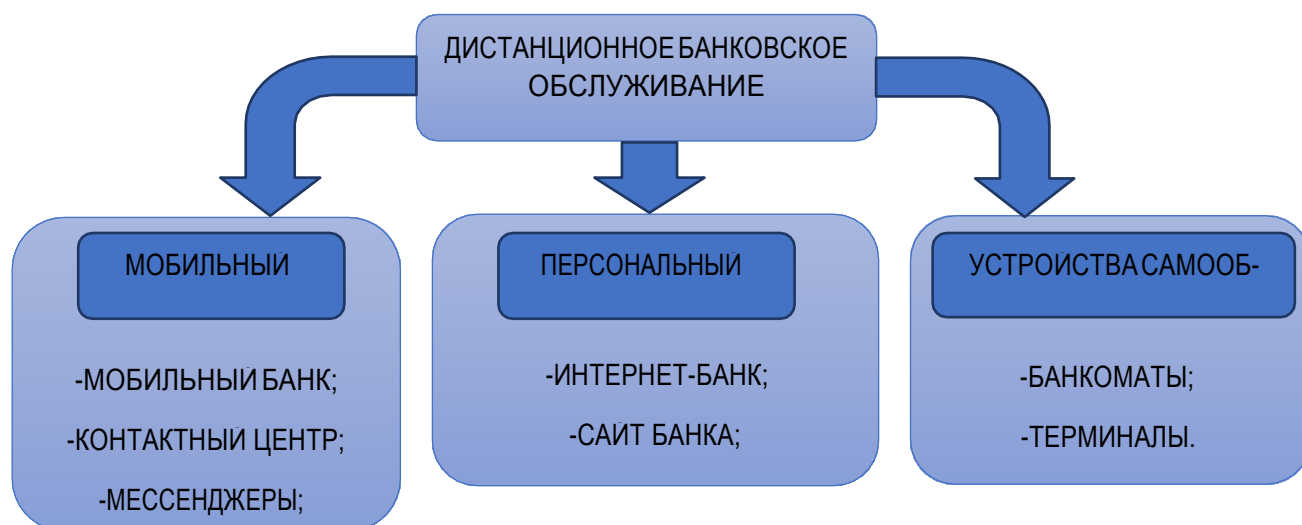


Рисунок 1.2 – Каналы взаимодействия между банком и клиентом. [3]

2. По субъекту, использующему ДБО.

Физические лица – клиенты банка либо доверенные лица (если это предусмотрено условием договора о ДБО или иными дополнительными соглашениями) пользующиеся дистанционными услугами банка.

Юридические лица – организации, имеющие договор или дополнительное соглашение позволяющее дистанционно пользоваться услугами банка.

3. По условиям предоставления.

Платные – дистанционные услуги, предоставляемые банками на платной основе. Бесплатные – дистанционные услуги, предоставляемые банками на бесплатной основе.

Смотря на возможности взаимодействия клиентов с банком, стоит так же дать определения и как можно «глубже» раскрыть информацию о различных каналах взаимодействия.

Современные технологии делают использование интернета более востребованнее, так как он является основным источником для получения информации. Различные печатные издания, газеты и журналы, которые в своё время были лидерами рынка на сегодняшний день практически непредставимы без сопровождающего сайта в сети интернет или мобильного приложения. В банковской сфере сейчас абсолютно такая же ситуация. Невозможно встретить банк, не имеющий свой собственный сайт в интернете, на котором будет описана основная информация о кредитном учреждении, его реквизиты, а также продуктовая линейка и реализуемые банком программы кредитования.

По функциональным возможностям можно выделить три категории банковских сайтов:

– Рекламно – информационные. Основное предназначения такого сайта, привлечь внимание клиента к его продуктам и услугам. Банки использующие такие сайты как правило имеют небольшой капитал. Функция такого сайта заключается в представлении устоявшегося имиджа банка, демонстрации основных направлений деятельности банка, а также показ рекламных материалов.

– Информативно – аналитические. Подобные сайты используются средними и крупными банками. Такие сайты предназначаются для предоставления потенциальным клиентам расширенной информации о продуктах и услугах банка. Данные сайты по мимо информационной составляющей включают в себя раз-

личные функции, которые могут быть полезны для клиента, например, калькулятор доходности вклада, калькулятор стоимости кредита, функционал внесения платежа по кредиту, и т.д.

– Интернет – банкинг (в узком смысле) – это предоставление клиентам различных банковских услуг через сеть интернет с помощью специального программно-аппаратного комплекса. Интернет-банкинг (в широком смысле) – это система предоставления, с применением того или иного программного обеспечения, различных услуг банка (либо оператора Интернет – банкинга) по доступу к счету клиента через Интернет (с использованием сети Интернет) и осуществлению расчетов в режиме реального времени, а также по доступу к сопутствующим банковским услугам, в частности – к управлению операциями на фондовом рынке. Как правило интернет – банкинг, может включать в себя не только инструмент для управления собственными и заёмными средствами, а также возможности совершения различных платежей в пользу третьих лиц, коммерческих организаций и платежей в бюджет. Интернет банкинг даёт возможности анализа и планирования денежных потоков для накоплений, возможность оформить продукты банка, возможности общения с сотрудниками банка по средствам чата и прочие функции.

Не только сами кредитные организации используют интернет для коммуникации со своими клиентами, существуют так же сторонние компании, создающие собственные информационные сайты банковской тематики, для привлечения клиентов за счёт рекламы, которую оплачивают банки. Примерами таких Интернет – ресурсов выступают:

- Информационный портал «Banki.ru»;
- Сервис выбора услуг банков и страховых компаний «Сравни.ру»;
- Портал современных банковских технологий «Futurebanking».

Важно отметить, что для банка такой дистанционный канал обслуживания как интернет служит полезной платформой для привлечения новых клиентов и показа рекламных материалов действующим клиентам. При проектировании со-

временных Интернет-ресурсов создаются возможности по отслеживанию активностей посетителя сайта или интернет-банка для выстраивания стратегии привлечения клиентов, их удержания и увеличения их лояльности к банку.

При рассмотрении мобильного телефона как канала взаимодействия следует особое внимание уделить контактными центрами и мобильным приложениям.

Контактный центр – специализированная организация или выделенное подразделение в организации, занимающиеся обработкой обращений и информированием по голосовым каналам связи в интересах организации-заказчика или головной организации.

Контактный центр, это широкое понятие, которое включает в себя не только голосовой канал связи, как правило на базе контактного центра работают специалисты обрабатывающие обращения клиентов и из других каналов, например, из сети интернет. Так же, контактный центр может использоваться не только для обработки входящих обращения от клиентов, но и для использования обзвона исходящих кампаний, предназначенных на дистанционную продажу банковских услуг. Контактный центр может представлять собой как одно обособленное подразделение, территориально расположенное в одном здании, так и несколько центров, соединённых между собой высокоскоростными каналами передачи данных. Некоторые банки применяют такие решения, как «домашний контактный центр». Особенность такого решения заключается в том, что все сотрудники подразделения работают удалённо (дома) с помощью специализированного оборудования для обработки входящих и исходящих обращений.

Мобильное приложение – специализированное программное обеспечение, предназначенное для работы на смартфонах, планшетах и других мобильных устройствах.

Как правило все современные банки имеют мобильное приложение наряду с собственным сайтом в сети интернет. Основная положительная черта банковских мобильных приложений – это доступность использования. Большинству клиентов банка, которые пользуются банковскими продуктами требуется воз-

возможность получить доступ к своим счетам «на месте, т.е. именно в тот момент, когда им это необходимо. В таких случаях мобильные приложения становятся очень полезными поскольку при доступности сети интернет ими можно воспользоваться в любой момент.

В своём большинстве банковские мобильные приложения являются мобильным аналогом соответствующего интернет – банка, они имеют схожий дизайн, схожее управление, но при этом мобильные приложения зачастую ограничены в своих функциях в отличие от интернет – банка. Такой канал взаимодействия между клиентом и банком как мобильное приложение не ограничен только банковским приложением, существует ряд «мессенджеров», в которых возможен обмен текстовыми сообщениями с представителями банков. На базе данных программ так же разработаны и повсеместно внедряются крупными банками системы автоматического взаимодействия, с пользователями, которые именуются «Чатботами». Такими системами на сегодняшний день представлены мессенджеры от компаний: WhatsApp, Viber, Telegram. Данные приложения позволяют идентифицированному пользователю с помощью определённых команд узнавать текущий баланс счёта, курсы обмена валют, а также совершать типовые операции, например, перевод средств. Первыми организациями в России запустившими данную технологию являются «Сбербанк», «Промсвязьбанк», «QIWI» и «Альфа-Банк».

1.3 Нормативно – правовое регулирование дистанционного банковского обслуживания в Российской Федерации

Дистанционное банковское обслуживание является универсальным средством по управлению банковскими счетами и по использованию банковскими продуктами. Посредством данного метода с точки зрения банка, возможно, как размещение денежных средств, так и их привлечение. Другими словами, ДБО приносит пользу самой кредитной организации и её клиентам, а значит, должно

иметь четкую правовую основу, которая будет регулировать данную деятельность, учитывая её специфику в виде необходимости обеспечения безопасности операций.

Законодательная база, служащая основой для регулирования дистанционного банковского обслуживания, опирается на понятие «безналичных расчетов». Но сегодняшний день в законодательных актах и иных нормативно-правовых документах РФ не дается точного определения этого понятия, но раскрывается его сущность.

Существуют правовые нормативы, регулирующие дистанционное банковское обслуживание, такие как:

- Гражданский кодекс Российской Федерации (Часть первая);
- О банках и банковской деятельности (федер. Закон от 02.12.1990 № 395–1);
- О национальной платежной системе (федер. Закон РФ от 27 июня 2011 г. № 161–ФЗ);
- О Центральном банке Российской Федерации (Банке России) (федер. Закон от 10.07.2002 № 86-ФЗ);
- Положение об эмиссии платежных карт и об операциях, совершаемых с их использованием (положение Банка России от 24.12.2004 № 266-П);
- Положение о правилах осуществления перевода денежных средств (положение Банка России от 19.06.2012 № 383-П).

Следует обратить внимание стандартам информационной безопасности по предоставлению дистанционных банковских услуг, которые описаны в следующих документах, представленных в таблице 1.2.

Таблица 1.2 - Основные нормативно-правовые документы, регламентирующие информационную безопасность предоставления дистанционных банковских услуг.

Документ	Дата
СТО БР ИББС-1.0-2014 «Обеспечение информационной безопасности организаций банковской системы Российской Федерации. Общие положения».	1 июня 2014 г.

Окончание таблицы 1.2

Документ	Дата
СТО БР ИББС-1.2-2014 «Обеспечение информационной безопасности организаций банковской системы Российской Федерации. Методика оценки соответствия информационной безопасности организаций банковской системы Российской Федерации требованиям СТО БР ИББС-1.0-2014».	1 июня 2014 г.
РС БР ИББС-2.6-2014 «Обеспечение информационной безопасности организаций банковской системы Российской Федерации. Обеспечение информационной безопасности на стадиях жизненного цикла автоматизированных банковских систем»	1 июня 2014 г.
РС БР ИББС-2.5-2014 «Обеспечение информационной безопасности организаций банковской системы Российской Федерации. Менеджмент инцидентов информационной безопасности».	1 сентября 2014 г.
Письмо Банка России от 24 марта 2014 г. № 49-Т «О рекомендациях по организации применения средств защиты от вредоносного кода при осуществлении банковской деятельности».	24 марта 2014 г.
Письмо Банка России от 14 марта 2014 г. № 42-Т «Об усилении контроля за рисками, возникающими у кредитных организаций при использовании информации, содержащей персональные данные граждан».	14 марта 2014 г.
161-ФЗ «О национальной платежной системе».	27 июня 2011 г.

Существуют так же международные стандарты безопасности банковских систем, которые затрагивают осуществление дистанционного банковского обслуживания.

Совет по стандартам безопасности данных индустрии платежных карт – это открытое глобальное сообщество, организованное в 2006. В его задачи входят разработка, совершенствование, хранение и распространение стандартов безопасности данных, а также обучение в этой сфере. В числе таких стандартов сле-

дующие: Стандарт безопасности данных (DSS), Стандарт безопасности платежных приложений (PA-DSS) и Требования к устройствам ввода PIN-кода (PED).¹³ Совет был основан крупнейшими платёжными системами, охватывающими по влиянию все континенты (Visa, Master Card, American Express). Данные стандарты включают в себя требования к разработке и проектированию внутренних банковских систем, систем обслуживания клиентов, требования к разработке систем дистанционного банковского обслуживания, а также стандарты безопасности информационной архитектуры.

Стоит отметить, что международные платёжные системы и Российский центральный банк, очень внимательно и серьёзно относятся к контролю за соблюдением выше указанных стандартов. Санкции, вызванные несоблюдением данных правил, грозят кредитным организациям, штрафами, которые могут исчисляться от нескольких сотен тысяч рублей до нескольких миллионов. Крайний способ наказания за несоблюдение вышеуказанных стандартов – отзыв банковской лицензии до прекращения обстоятельств, препятствующих функционированию в соответствии с установленными нормами.

Дистанционное банковское обслуживание российским законодательством на уровне федеральных законов почти не регулируется.

Отдельные нормы содержит п.3 ст. 847 Гражданского кодекса РФ в котором указано, что договором банковского счета может быть предусмотрено, что распоряжение денежными средствами, находящимися на счете, может осуществляться путем представления расчетных документов в электронной форме, а также с использованием иных видов связи, например факса. Однако в этом случае представленные документы должны:

- содержать согласованные сторонами признаки, позволяющие достоверно установить, что они исходят от стороны по договору (п. 2 ст. 434 ГК);
- быть подписаны уполномоченными лицами.

В этих целях на практике часто используется электронно – цифровая подпись (ЭЦП), которая позволяет установить подлинность, авторство и целостность до-

кумента и одновременно является аналогом физической подписи уполномоченного лица. Аналогичные результаты могут быть достигнуты при использовании персонального идентификационного номера (ПИН) при расчетах с помощью кредитных и дебетовых карточек.

Несмотря на проблемы в правовом регулировании системы ДБО, Банк России формирует свою позицию в данной области банковского регулирования и надзора и вырабатывает принципиальные подходы. При этом Банк России старается учитывать мнение российского законодательства и банковского сообщества.

Таким образом, на сегодняшний день нормативно – правовое регулирование в области дистанционного банковского обслуживания присутствует, однако, должно развиваться темпами, соответствующими развитию современных технологий. Так же, другим фактором, препятствующим развитию ДБО является непопулярность и неразвитость безналичной формы платежей, потому что большая часть клиентов банков привыкли к визуальному контакту с операционными сотрудниками при совершении разных операций, и после окончания операций получать документарные доказательства, имеющие реальную форму. В отличие от юридических лиц, физические – не должны держать счет в банке, и поэтому, до сих пор в повседневной жизни пользуются в основном наличностью. Для некоторых слоев населения иметь банковскую карту — это дает лишь очереди в банкомат за наличными средствами. Рядом с этой проблемой также стоит и другая – низкий уровень финансовой грамотности, причиной которой является отсутствие интереса к банковским продуктам и низкий уровень информированности в области новых предложений коммерческих банков.[24] Параллельно с финансовой неграмотностью стоит техническая. Выражается это в трудности освоения техники, необходимой для функционирования системы дистанционного банковского обслуживания, такой как мобильный банкинг, интернет-банкинг и другое. Со своей стороны, кредитные организации стараются совершенствовать собственную систему ДБО, что возможно ещё более усложняет понимание мо-

ментов управления для клиентов. В качестве примера можно привести сложный интерфейс программного обеспечения для мобильных телефонов. Однако, на сегодняшний день многие кредитные организации уже осознали необходимость простоты удаленного управления банковскими продуктами, другие же будут вынуждены оказывать услуги только технически «продвинутым» слоям населения. [30]

Вывод по разделу один

Таким образом, на сегодняшний день нормативно – правовое регулирование в области дистанционного банковского обслуживания присутствует, однако, должно развиваться темпами, соответствующими развитию современных технологий. Так же, другим фактором, препятствующим развитию ДБО является непопулярность и неразвитость безналичной формы платежей, потому что большая часть клиентов банков привыкли к визуальному контакту с операционными сотрудниками при совершении разных операций, и после окончания операций получать документарные доказательства, имеющие реальную форму. В отличие от юридических лиц, физические – не должны держать счет в банке, и поэтому, до сих пор в повседневной жизни пользуются в основном наличностью. Для некоторых слоев населения иметь банковскую карту — это дает лишь очереди в банкомат за наличными средствами. Рядом с этой проблемой также стоит и другая – низкий уровень финансовой грамотности, причиной которой является отсутствие интереса к банковским продуктам и низкий уровень информированности в области новых предложений коммерческих банков. Параллельно с финансовой неграмотностью стоит техническая. Выражается это в трудности освоения техники, необходимой для функционирования системы дистанционного банковского обслуживания, такой как мобильный банкинг, интернет-банкинг и другое. Со своей стороны, кредитные организации стараются совершенствовать собст-

венную систему ДБО, что возможно ещё более усложняет понимание моментов управления для клиентов.

По мере проникновения интернет – сети и мобильной связи даже в самые отдаленные уголки страны у банков появляются новые возможности для роста и развития. Но на пути расширения своей доли рынка банки сталкиваются с рядом проблем, например, в рамках обеспечения безопасности, а также с теми, которые связаны с конкурентами кредитной организации, а именно с тем, что они предлагают оригинальные и привлекательные услуги своим потенциальным и уже существующим клиентам. Проблемы и возможности развития ДБО в ООО «Сетелем Банк» более подробно будет рассмотрены в следующей главе.

2 АНАЛИЗ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПЕРСПЕКТИВНЫХ ПУТЕЙ ДИСТАНЦИОННОГО БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ ООО «СЕТЕЛЕМ БАНК»

2.1 Общая характеристика и анализ финансовых показателей ООО «Сетелем Банк»

«Сетелем Банк» ООО – совместное предприятие ПАО Сбербанк и BNP Paribas Personal Finance (БНП Париба Персонал Финанс), подразделения потребительского кредитования Группы BNP Paribas (БНП Париба). Банк специализируется на предоставлении потребительских кредитов, в том числе кредитов на приобретение автотранспортных средств и мотоциклов, а также выдаче кредитов наличными и предлагает клиентам наиболее востребованные на сегодняшний день кредитные продукты и качественный послепродажный сервис.

По данным «Мониторинга рынка розничных банковских услуг» исследовательской компании Frank RG на 01.08.2018, «Сетелем Банк» ООО является крупнейшим на российском рынке банком по объему выданных автокредитов и лидирует по объему портфеля автокредитов.

«Сетелем Банк» имеет представительства в 76 регионах Российской Федерации и сотрудничает с более чем 2 600 дилерскими центрами по всей России, благодаря чему продукты автокредитования Банка доступны широкому кругу клиентов. Среди партнеров Банка такие крупные дилерские сети, как Major, «Рольф», «Автомир», ГК «Авилон» и другие.

На сегодняшний день Сетелем Банком подписано и реализуется 16 соглашений с автопроизводителями, а в рамках программы Ford Credit осуществляется эксклюзивное партнерство с ООО «Форд Соллерс Холдинг». Сотрудничество с автопроизводителями, а также активное участие Банка в специальных программах Правительства РФ и Минпромторга, направленных на поддержку автомобильной промышленности и стимулирование спроса на автомобили, позволяет

Банку предоставлять клиентам широкий выбор программ кредитования и предлагать выгодные условия автокредитования.

Кредиты наличными Сетелем Банка отличает быстрота одобрения и максимальный комфорт для клиентов – дебетовую карту с зачисленными на ее счет заемными средствами клиенту доставят по удобному адресу – в офис или домой.

Качество предоставляемых Сетелем Банком услуг подтверждено «Народным рейтингом» банков крупнейшего финансового портала Banki.ru: Сетелем Банк находится на топ-позициях данного рейтинга, который строится на основе отзывов посетителей Banki.ru об уровне обслуживания и качестве услуг банков.

Согласно Рейтингу качества претензионной работы банков за 2017 год, подготовленному ОНФ «За права заемщиков», Сетелем Банк вошел в топ-4 банков, получивших максимальное число баллов по качеству работы с жалобами клиентов. Сетелем Банк был отмечен экспертами ОНФ «За права заемщиков» за активность обратной связи и большую долю позитивных отзывов.

В своей деятельности «Сетелем Банк» ООО придерживается концепции «ответственного кредитования» (англ. – «responsible lending»), которая подразумевает предоставление клиентам прозрачных кредитных продуктов по разумным ставкам и способствует улучшению уровня клиентского обслуживания, а также успешному развитию российского рынка потребительского кредитования.

По своим масштабам организация не является крупной по сравнению с иными организациями, осуществляющими аналогичную деятельность.

Банк осуществляет свою деятельность на основании лицензии, выданной банком России, с 27 ноября 1992 года. Основным видом деятельности банка является ПАО «Сбербанк России». В 2015 году произошло последнее изменение наименования банка на «Сетелем Банк» ООО в соответствии новым направлением деятельности в составе банковской группы ПАО Сбербанк.

В 2015, 2016, 2017 гг. банк принял участие в государственной программе субсидирования по возмещению банкам части процентного дохода по кредитам, выданным физическим лицам на приобретение автомобилей российского произ-

водства, реализуемой Правительством Российской Федерации с 1 апреля 2015 г. В 2017 году банк также стал участником государственных программ «Первый автомобиль» и «Семейный автомобиль».

По состоянию на 1 января 2019 г. количество региональных представительств банка, входящих в сеть обособленных подразделений банка, по сравнению с количеством на 1 января 2018 г., изменилось и составляет 74 региональных представительств банка (на 1 января 2018 г. – 75).

Банк участвует в системе обязательного страхования вкладов физических лиц в банках Российской Федерации, утвержденным Федеральным законом от 23 декабря 2003 г. № 177-ФЗ «О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации».

Как коммерческая организация, преследующая цель получения прибыли, банк имеет видение, цель и миссию:

Видение – Предоставлять финансовые решения, направленные на улучшение качества жизни наших потребителей.

Цель – Стать доверительным партнером нашим клиентам, предлагающим комплексные решения: кредитования и страхования наших клиентов.

Миссия – Помочь клиентам реализовать их проекты с заботой об их будущем.

Основные виды деятельности банка (рисунок 2.1).



Рисунок 2.1 – Виды деятельности ООО «Сетелем Банк»

«Сетелем Банк» – совместное предприятие Сбербанка и французской банковской группы BNP Paribas, он находится под контролем ПАО Сбербанк России, а также Левал 20.С.А.С. Банк относится к кредитным организациям со 100% иностранным капиталом (по состоянию на 1 января 2010 г.) По состоянию на 1 апреля 2017 г. банк занимал 59 место в банковской системе России с размером активов 105,67 млрд. руб

В сентябре 2012 года Сбербанк закрыл сделку по приобретению 70% акций кредитной организации; 30% остались у группы BNP Paribas. Таким образом, весь розничный бизнес был реализован в совместном предприятии, а корпоративно-инвестиционный блок перешел к БНП Париба Банку. В конце июня 2013 года розничный банк сменил наименование на ООО «Сетелем Банк». В начале октября 2013 года партнеры по бизнесу сообщили о закрытии сделки, по итогам которой доля Сбербанка в Сетелем Банке увеличилась до 74%. В настоящее время Сбербанк владеет 79,2% акций в капитале Сетелем Банка, BNP Paribas S.A. Принадлежит 20,8%. (рисунок 2.2).

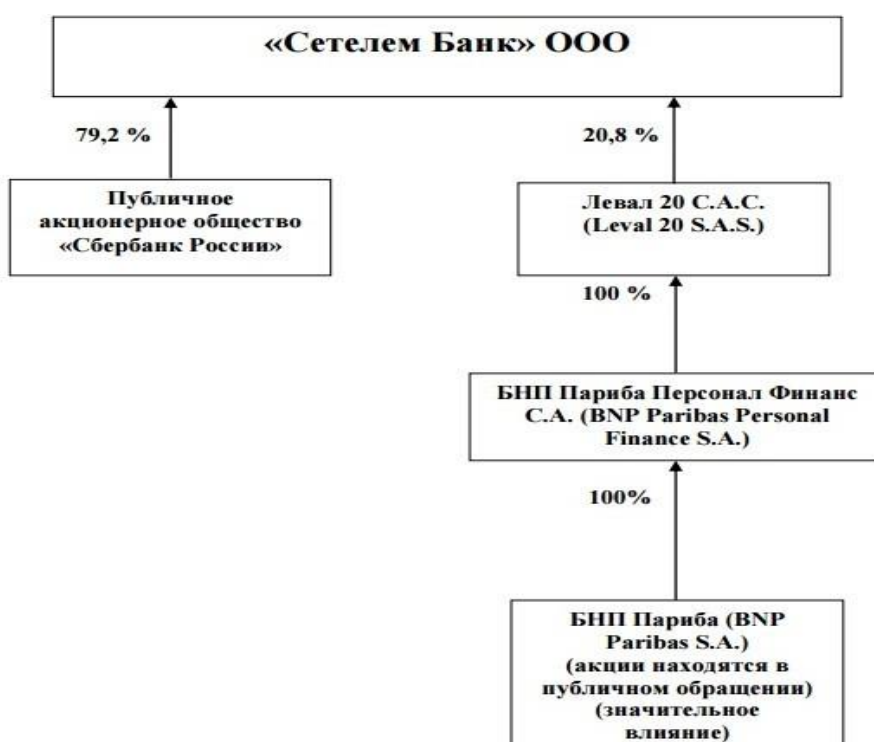


Рисунок 2.2 – Схема взаимосвязей Банка и лиц, под контролем или значительным влиянием которых находится Банк.

В ООО «Сетелем Банк» утвержден Кодекс деловой этики, который устанавливает подходы и принципы работы организации и правила поведения сотрудников, разработанные на основании морально-этических и корпоративных ценностей, а также профессиональных стандартов. Кодекс является обязательным для всех сотрудников Банка вне зависимости от занимаемой должности.

Основными этическими принципами, отраженными в Кодексе, являются:

- Соблюдение законов и норм.
- Социальная ответственность.
- Добросовестное ведение дел.
- Ответственное кредитование.
- Финансовая грамотность.

Ценности банка в соответствии с Корпоративным кодексом (рисунок 2.3).

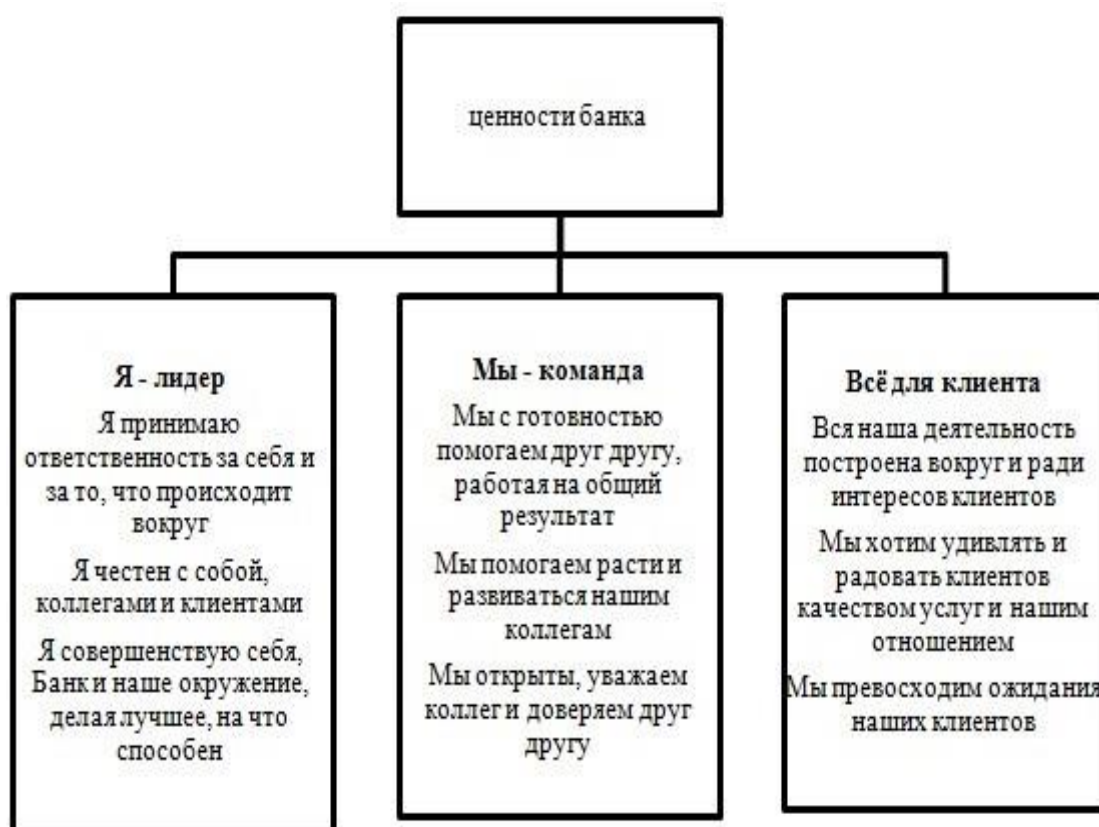


Рисунок 2.3 – Ценности ООО «Сетелем Банк» в соответствии с корпоративным кодексом

Банк осуществляет свою деятельность на территории 75 регионов РФ. Общая численность работников банка превышает 7500 человек.

Банк имеет сложную производственную структуру, которая определяется разветвленностью сети банков Сетелем на территории нашей страны. Правление контролирует деятельность департаментов развития и маркетинга; экономического управления; кредитно – депозитных операций; операционно – учетных работ; административного управления. Под контролем департаментов действует сеть отделов, обеспечивающих эффективное управление банком (рисунок 2.4).



Рисунок 2.4 – Производственная структура ООО «Сетелем Банк»

Организационная структура Челябинского представительства (рисунок 2.5).

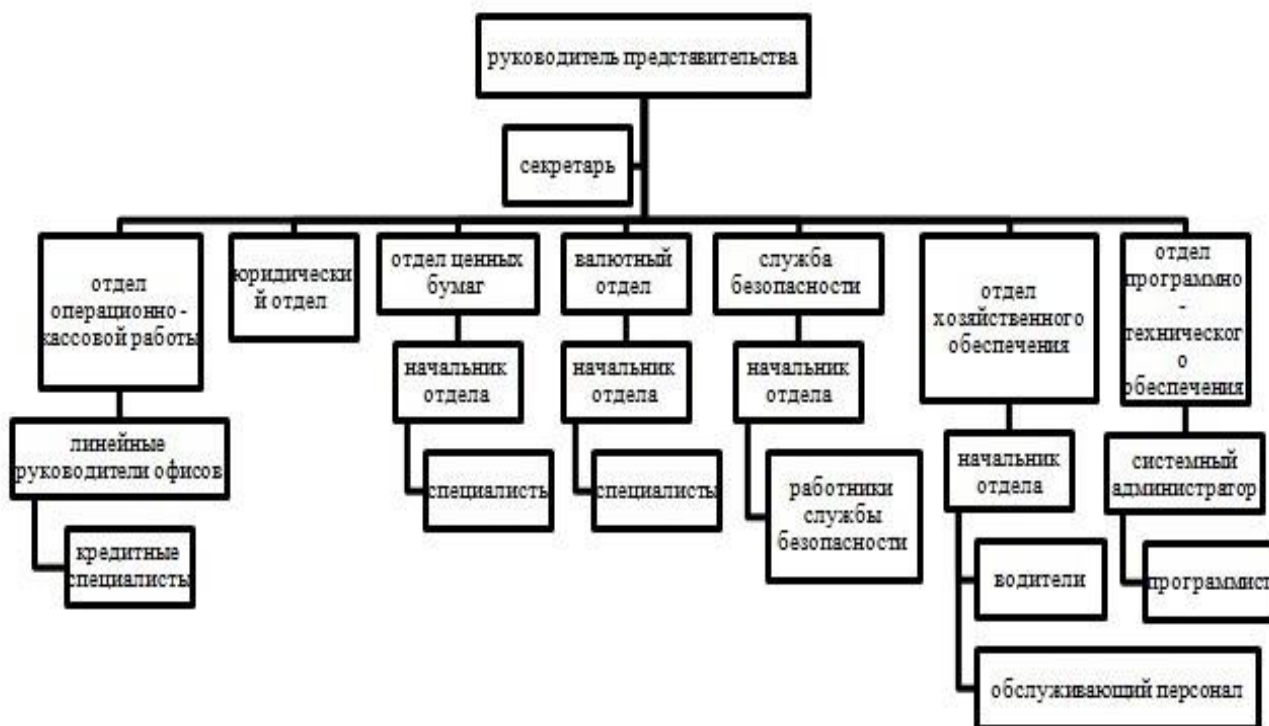


Рисунок 2.5 – Организационная структура управления

Как видно по данной структуре, которая достаточно обширна, основной аппарат управления сосредоточен в головном офисе в г. Челябинск, но административные офисы расположены на всей территории Кемеровской области, в т.ч. и на территории г.Тайга. Административный офис представляет собой отдельное помещение, в котором расположено:

- оборудование для работы кредитного специалиста;
- сейф;
- банкоматы.

В целях формирования представленных таблиц исследованы данные финансовой отчетности ООО «Сетелем Банк» за 2015 – 2017 гг. Данное исследование проведено в целях оценки финансового состояния предприятия ООО «Сетелем Банк», а также определения перспектив его развития. Анализ финансового состояния банка следует начать с изучения изменения остатков по статьям актива бухгалтерского баланса кредитной организации ООО «Сетелем Банк».

Для того чтобы проанализировать деятельность ООО «Сетелем Банк» необходимо провести горизонтальный и вертикальный анализ бухгалтерского баланса (см. приложение А) и отчета о финансовых результатах (Приложение Б).

В приложении А обобщены данные о состоянии активов и пассивов базового предприятия исследования. Следует отметить увеличение валюты баланса на 2017 год по сравнению с предыдущим годом до 131 421 млн. руб. Общее отклонение составляет 23 028 млн. руб. также наблюдается увеличение валюты баланса в 2016 году по сравнению с 2015 годом на 7 368 млн. руб. Указанная динамика является положительной и свидетельствует об увеличении балансовой стоимости предприятия ООО «Сетелем Банк».

Рассмотрим подробно структуру активов предприятия за каждый год (Приложение А).

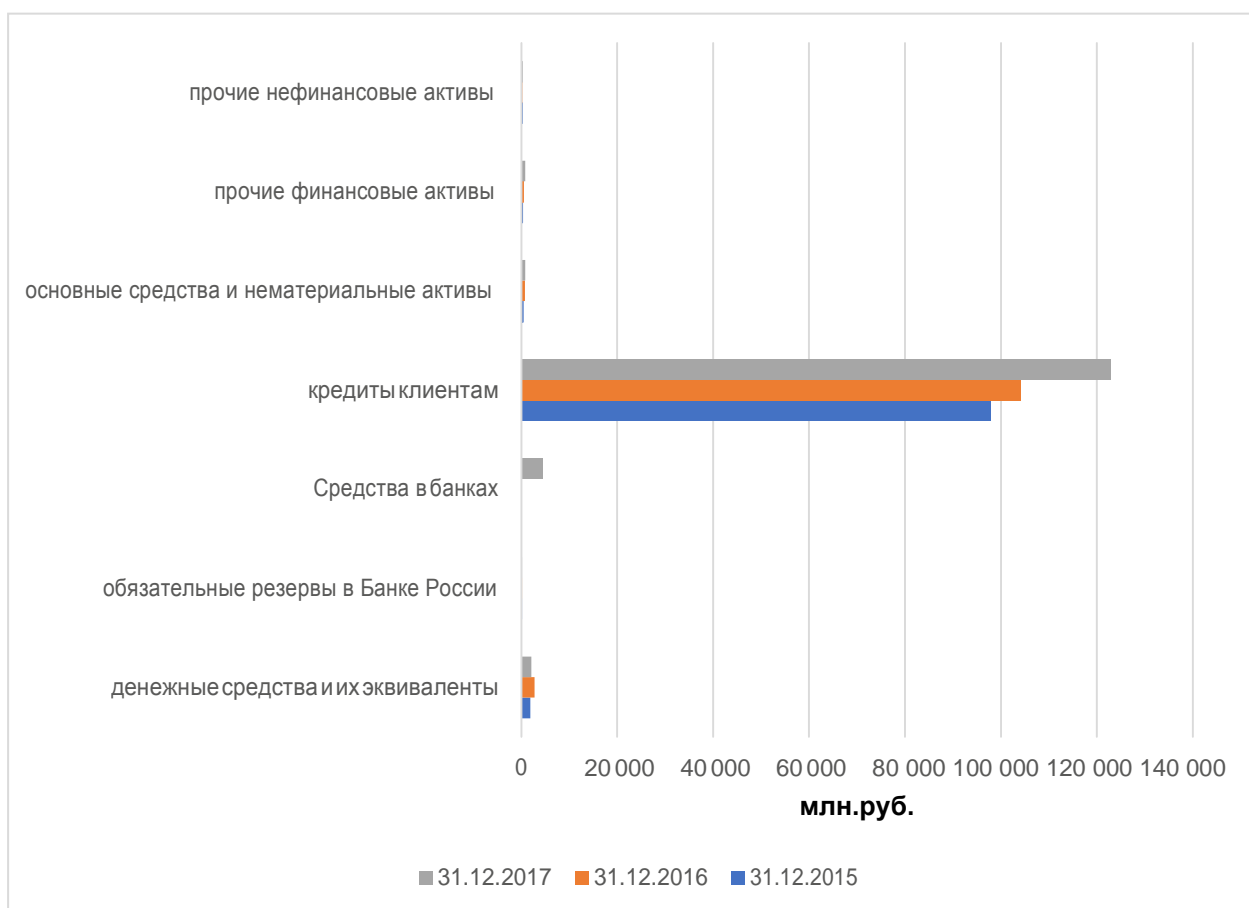


Рисунок 2.6 – Структура активов за 2015 – 2017 г.

В структуре на 01.01.2016 г. преобладают кредиты клиентам со значением показателя равным 97 875 млн. руб. На втором месте находятся денежные средства – 1 901 млн руб. и на третьем месте в структуре основные средства и нематериальные активы – 531 млн руб. Далее перейдем к структуре за 2017 год.

Большую часть занимают кредиты клиентам, данный показатель увеличился до 104 061 млн. руб. увеличились позиции «денежные средства и их эквиваленты» – 2 755 млн руб., так же «основные средства и нематериальные активы» возросли до 757 млн руб.

В 2017 году в балансе произошли изменения. Показатель «кредиты клиентам» остался на прежнем месте, но с повышенным значением – 122 837 млн руб. На втором месте стоит показатель «средства в банках» со значением равным 4 501 млн руб. На третьем месте находится «денежные средства и их эквиваленты» – 2 086 млн руб.

Изучив подробно структуру активов баланса за каждый год, рассмотрим отклонения в 2015-2017 гг. (Приложение Б).

По результатам, можно заключить, что в 2016 и 2017 гг. наблюдается небольшое увеличение денежных средств и их эквивалентов, а также выдача кредитов клиентам. Общее отклонение показателя – денежные средства по отношению к 2016 году составляет 185 млн руб., что составляет 9,7 %. Анализируя состояние статьи «основные средства и нематериальные активы» также можно сделать ряд выводов. На основании представленных данных можно заключить, что наибольшей цифры ООО «Сетелем Банк» по данной статье достиг 2017 году, это значит, что значение увеличилось на 66 млн. руб., то есть на 42, 6% выше, чем в 2016 году. Также видим, что прирост по статье «кредиты клиентам» увеличились на 18 776 млн руб., что еще раз доказывает то, что банк растет и развивается, и все большее количество людей приходит в банк для получения кредита.

Перейдем к данным пассива баланса отчета о финансовых результатах организации ООО «Сетелем Банк» за 2015-2017 гг. (Приложение Б).

При анализе финансового состояния кредитной организации особую роль играет исследование источников формирования имущества. На рисунке представлена структура пассива баланса за 2015-2017 гг.



Рисунок 2.7 – Состав обязательств и собственных средств в пассивах ООО «Сетелем Банк».

Видим ежегодное увеличение как обязательств, так и собственных средств. На 31 декабря 2017 года цифра статьи обязательств достигла отметки в 111 314 млн. руб., а собственные средства увеличились до 20 107 млн. руб. Это говорит о том, что увеличились вклады клиентов банк. В связи с тем, что банк еще молодой, он только набирает обороты. Но из рисунка уже сейчас видно, как активно идет развитие «Сетелем Банка».

Наибольшую долю в структуре обязательств занимают средства банков – 71 453 млн руб. Далее идут субординированные займы (7 000 млн руб.) и средства физических лиц (5 192 млн руб.). В 2016 году наибольшие значения по-прежнему имеют средства банков, субординированные займы и средства физических лиц, но уже с большими цифрами: 75 173 млн руб., 7 270 млн руб. и 5 165 млн руб. соответственно. А в 2017 г. произошло значительно увеличение в средствах банков, где цифра достигла отметки в 95 394 млн руб., субординированные займы уменьшились на 33 млн руб. и средства физических лиц остались неизменными. В результате делаем вывод, что основные источники финансирования – средства банков.

Наибольшую долю среди обязательств предприятия занимают средства кредитных организаций, удельный вес которых имеет тенденцию к росту по результатам расчетов за анализируемый период 2015 – 2017 гг. Увеличение к 2017 году по сравнению с предыдущим составляет 26,9 %. Наблюдается увеличение по всему разделу обязательства на 23,31 % и по собственным средствам на 10,95 %.

Итак, в результате проделанной работы, говорим, что финансовое положение ООО «Сетелем Банк» достаточно устойчиво несмотря на то, что он только набирает свои обороты.

Представим сведения об обязательных нормативах, показателей финансового рычага и нормативе краткосрочной ликвидности (табл. 2.1).

Таблица 2.1 – Сведения об обязательных нормативах ООО «Сетелем Банк» на 01.01.2019 г.

Наименование показателя	Нормативное значение, %	Фактическое значение, %		
		На 01.01.16	На 01.01.17	На 01.01.19
Норматив достаточности базового капитала банка (Н1.1), банковской группы (Н20.1)	4,5	10,2	8,8	9,2
Норматив достаточности основного капитала банка (Н1.2), банковской группы (Н20.2)	6,0	10,2	8,8	9,2
Норматив достаточности собственных средств (капитала) банка (Н1.0), банковской группы (Н20.0)	8,0	17,3	15,9	14,7
Норматив мгновенной ликвидности (Н2)	15,0	34,4	43,3	104,6
Норматив текущей ликвидности банка (Н3)	50,0	85,3	66,2	128,5

Окончание таблицы 2.1

Наименование показателя	Нормативное значение, %	На 01.01.16	На 01.01.17	На 01.01.19
Норматив долгосрочной ликвидности банка (Н4)	120,0	97,2	103,4	94,7

– норматив Н1 – норматив достаточности собственного капитала. Минимальное значение 8%. Показатель по данному нормативу за анализируемые 3 года уменьшился с 17,3% до 14,7%. Постепенное снижение показателя говорит о повышении риска в отношении управления собственными средствами;

– норматив Н2 – норматив мгновенной ликвидности. Минимальное значение 15%. За анализируемый период показатель увеличился с 34,3% до 104,6%. Это означает, что у банка высокое значение коэффициента, следовательно, банк может отвечать по своим обязательствам;

– норматив Н3 – норматив текущей ликвидности. Минимальное значение 50%. За анализируемый период показатель по данному нормативу увеличился с 85,3% до 128,5 это означает, что у банка имеется существенная возможность ответить по своим текущим краткосрочным обязательствам;

– норматив Н4 – норматив долгосрочной ликвидности. Максимальное значение 120%. За анализируемый период показатель увеличился с 97,2% до 107,2%. Это означает, что банк понижает эффективность использования своих текущих активов;

Таким образом, проанализировав все просчитанные коэффициенты можно сделать вывод, что у банка хорошее финансовое состояние. Все коэффициенты в пределах нормативов.

Далее рассмотрим структуру доходов и расходов банка за 2015 – 2017 г. Анализ доходов и расходов банка дает возможность изучения результатов деятельности коммерческого банка, а следовательно, и оценки эффективности его как коммерческого предприятия. Анализ результативности банковской деятельности

начинается с анализа доходов и расходов, а заканчивается исследованием прибыли.

Таблица 2.2 – Анализ динамики доходов и расходов банка

Наименование	Значение, тыс. руб.			Изменение, тыс. руб.		Темп роста, %	
	за 2015 г.	за 2016 г.	за 2017 г.	2016 г./2015 г.	2017г./2016 г.	2016г./2015 г.	2017г./2016 г.
Процентные доходы	14647951	12895285	13983431	-1752666	1088146	0,880347	1,084383
Комиссионные доходы	3853740	4856337	4313224	1002597	-543113	1,260162	0,888164
Прочие доходы	1921806	2103211	3156395	181405	1053184	1,094393	1,500751
Итого	20423497	19854833	21453050	-568664	1598217	3,234902	3,473298
Процентные расходы	9143768	9595624	9669410	451856	73786	1,049417	1,00769
Комиссионные расходы	137666	220168	357620	82502	137452	1,599291	1,624305
Прочие расходы	8040244	6576751	8834387	-1463493	2257636	0,817979	1,343275
Итого	17321678	16392543	18861417	-929135	2468874	3,466687	3,97527

Проанализируем изменение статей в структуре, а также рассмотрим удельный вес каждой позиции относительно к общей сумме. Данные представлены в таблице 2.3.

Таблица 2.3 – Удельный вес динамики расходов и доходов

Наименование статей	Период, год			Изменение	
	за 2015 г.	за 2016 г.	за 2017 г.	2016 г./2015 г.	2017 г./2016 г.
Процентные доходы, %	71,72107	64,94784	65,18155	-6,77323	0,233713
Комиссионные доходы, %	18,86915	24,45922	20,10541	5,59007	-4,35381
Прочие доходы, %	9,409779	10,59294	14,71304	1,183163	4,120094
Итого, %	100%	100%	100%	-	-
Процентные расходы, %	52,788	58,53652	51,26555	5,748515	-7,27096
Комиссионные расходы, %	0,794761	1,343099	1,89604	0,548337	0,552941
Прочие расходы, %	46,41724	40,12038	46,83841	-6,29685	6,718023
Итого, %	100%	100%	100%	-	-

В 2017 году доходы по сравнению с 2016 увеличились на 1 029 553 т.р. и составили 21 453 050 т.р. Преобладающая часть доходов банка составляет про-

центные доходы, а именно доходы от платного размещения собственных средств банка и привлеченных средств. Это доходы от предоставления кредитов клиентам или от размещения временно свободных денежных средств в центральном и коммерческих банках, процентные доходы от вложений в долговые обязательства, доходы от различных операций: факторинговых, лизинговых, форфейтинговых, трастовых, учетных операций. К комиссионным доходам относятся доходы, полученные за оказание клиентам банковских услуг некредитного характера, которые обычно называют комиссионными услугами банков. В 2018 году они составили 4 313 224 т.р., что на 543 113руб., что меньше предыдущего года. Доходы от прочей деятельности банков составляют относительно небольшой удельный вес в структуре доходов коммерческого банка – 21 453 050 т.р.

Состояние компании в разные периоды времени зависит от различных факторов, таких как внешнее воздействие, внутреннее функциональное и финансовое состояние. Одним из методов анализа внутренних и внешних факторов, воздействующих на результаты деятельности компании и ее развитие, является SWOT-анализ (strengths – сильные стороны; weakness – слабые стороны; opportunities – возможности; threats – угрозы). Результаты данного анализа позволяют подойти к разработке планов стратегических и тактических, маркетинговых и пр., к определению дальнейшего направления развития банка.

Проведем SWOT-анализ ООО «Сетелем Банк».

Таблица 2.4 – SWOT-анализ ООО «Сетелем Банк»

Сильные стороны:	Слабые стороны:
<ol style="list-style-type: none"> 1. Работа с клиентами: опыт массового обслуживания клиентов, обширная клиентская база; 2. Профессиональный персонал; 3. Высокое качество обслуживания; 4. Интернет- и мобильный банкинг для физических и юридических лиц; 5. Оказание ряда услуг онлайн без входа в личный кабинет клиента. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Предпринимает недостаточные усилия по развитию интернет - банкинга; 2. Не проводит маркетинговых исследований; 3. Текучесть кадров на низших должностях; 4. Более низкий уровень популярности среди населения в сравнении с другими банками.

Окончание таблицы 2.4

Возможности:	Угрозы:
<ol style="list-style-type: none"> 1. Кредитование физических лиц: расширение рынка потребительских кредитов; 2. Кредитование юридических лиц, инвестирование: рост инвестиционной активности предприятий; 3. Расширение спектра предлагаемых услуг; 4. Привлечение новых клиентов; 5. Выпуск новых пластиковых карт; 6. Внедрение новых технологических разработок в работу с клиентами; 7. Расширение спектра услуг, оказываемых юридическим лицам. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Выход на рынок новых конкурентов; 2. Экономический кризис: высокая вероятность возникновения экономического кризиса зарубежом, его негативное влияние на российскую экономику.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что в целом ситуация для развития банка благоприятна: имеется потенциал и возможности для запуска нововведений, сильные стороны дают возможность для повышения конкурентоспособности кредитной организации. Банку необходимо сохранять использование информационных технологий и обслуживания корпоративных клиентов для поддержания конкурентоспособности. Для компенсации внешних угроз банку необходимо фокусировать внимание на работе с постоянными клиентами, расширении спектра онлайн- и других высокотехнологичных услуг, а также на разработке более выгодных предложений и пересмотре кредитной политики в связи со сложной экономической ситуацией в стране и мире.

2.2 Анализ дистанционного банковского обслуживания в ООО «Сетелем Банк»

В банке ООО «Сетелем Банк» представлено несколько видов дистанционного банковского обслуживания (далее ДБО).



Рисунок 2.8 – Виды дистанционного банковского обслуживания в ООО «Сетелем Банк»

ДБО считается заключенным с момента получения Банком лично от Клиента Заявления на банковское обслуживание на бумажном носителе по форме, установленной Банком, подписанного Клиентом собственноручно, при предъявлении

Клиентом документа, удостоверяющего личность. Экземпляр Заявления на банковское обслуживание с отметкой о принятии его Банком передается Клиенту и является документом, подтверждающим факт заключения ДБО.

ДБО может быть заключен с использованием Аналога собственноручной подписи/электронной подписи Клиента, если это предусмотрено иным договором, ранее заключенным между Клиентом и Банком. Банк вправе не заключать ДБО, не осуществлять выпуск и перевыпуск банковских Карт Клиентам, чьи данные совпадают с данными лица, включенного в перечень организаций и физических лиц, в отношении которых имеются сведения об их причастности к экстремистской деятельности или терроризма или данными лица, в отношении которого межведомственным координационным органом, осуществляющим функции по противодействию финансированию терроризма, принято решение о замораживании денежных средств или иного имущества.

ДБО определяет условия и порядок предоставления Клиенту комплексного банковского обслуживания.

Комплексное обслуживание Клиента осуществляется в соответствии с законодательством Российской Федерации, банковскими правилами и ДБО.

В рамках комплексного обслуживания Клиенту предоставляются следующие виды услуг:

- выпуск банковских Карт, открытие и обслуживание счетов банковских карт;
- открытие и обслуживание банковских счетов;
- открытие и обслуживание вкладов;
- открытие и ведение обезличенных металлических счетов;
- открытие и обслуживание номинальных счетов для зачисления социальных выплат;
- предоставление в аренду индивидуального банковского сейфа;
- проведение операций и/или получение информации по Счетам, вкладам, потребительским кредитам клиента и другим продуктам в Банке, а также воз-

возможность просмотра информации о расходном лимите по бизнес-картам клиента через удаленные каналы обслуживания;

- депозитарное обслуживание, брокерские услуги;
- заключение договоров страхования со страховыми компаниями, с которыми у Банка заключены соответствующие договоры на выполнение Банком функций страхового агента;
- предоставление потребительских кредитов физическим лицам;
- подключение к программам коллективного добровольного страхования.

В рамках ДБО Банк предоставляет клиенту возможность воспользоваться любой услугой, предусмотренной ДБО. Основанием для предоставления клиенту услуг, предусмотренных договором, является соответствующее заявление на предоставление услуги либо иной документ по форме, установленной Банком, надлежащим образом заполненный и подписанный клиентом, и переданный в Банк с предъявлением Клиентом документа, удостоверяющего личность, если иной порядок предоставления услуги не определен ДБО.

ДБО действует на территории обслуживания территориального банка, в котором оформлялось Заявление на банковское обслуживание и заключался ДБО, и распространяется на продукты и услуги банка, предоставляемые данным территориальным банком. При наличии технической возможности действие ДБО распространяется на территории обслуживания других территориальных банков и на продукты и услуги, предоставляемые данными территориальными банками.

Действие ДБО распространяется на счета карт, открытые как до, так и после заключения ДБО, а также на вклады, обезличенные металлические счета, номинальные счета для зачисления социальных выплат, услуги предоставления в аренду индивидуального банковского сейфа и иные продукты, предусмотренные ДБО, открываемые/предоставляемые клиенту в рамках ДБО.

Действие ДБО в части предоставления услуг проведения операций через удаленные каналы обслуживания распространяется на вклады, обезличенные ме-

таллические счета и иные счета, открытые клиенту в рамках отдельных договоров.

Существует «Народный рейтинг банков», в котором рейтинг строится на основаниях отзывов посетителей сайта «Банки.ру» об уровне обслуживания и качества услуг банков. Отзывы посетителей «Банки.ру» являются субъективными и должны быть основаны на личном опыте. Уровень обслуживания определяется эмоциональным впечатлением от общения с сотрудниками банка или компании, степенью соответствия/несоответствия услуг заявленным условиям. В таблице 2.5 рассмотрим рейтинг банков по ДБО в России за последний год.

Таблица 2.5 – Рейтинг банков за 2018 год по уровню обслуживания и качества услуг банков

№ п/п	Банк	Рейтинг, %
1	Тинькофф Банк	67,7
2	Сетелем Банк	63,1
3	ЮниКредит Банк	59,1
4	Почта Банк	58,1
5	Авангард	57,1
6	Модульбанк	57,1
7	Банк Уралсиб	55,1
8	Московский Кредитный Банк	52,3
9	Банк «Санкт-Петербург»	51,1
10	Русский Стандарт	50,0

Итак, на сегодняшний день результаты рейтинга показывают, что по уровню обслуживания и качества услуг банк занимает второе место, что свидетельствует о том, что банк прислушивается к мнению клиентов, и старается удовлетворить их потребности.

С целью поиска факторов, замедляющих развитие дистанционного банковского обслуживания в области мобильного банкинга ООО «Сетелем Банк» предлагается обратиться к исследованию «Mobile Banking Rank 2018», в дан-

ном исследовании присутствует перечень технологий, используемый кредитными организациями в мобильных приложениях, ранжированный по количеству банков, использующих его. Было выявлено, что в мобильном приложении ООО «Сетелем Банк» реализованы все технологии из раздела «Обязательный банковский минимум». Также были приведены наиболее перспективные направления развития мобильных приложений, отраженные на рисунке 2.9.



Рисунок 2.9 – Современные тренды в области мобильных банковских приложений по версии «Mobile Banking Rank 2018»

Из числа перспективных направлений мобильного банкинга в ООО «Сетелем Банк» остаются нереализованными технологии быстрого считывания реквизитов с квитанций посредством штрих-кодов или QR-кодов. Оплата жилищно-коммунальных услуг в современной России является одной из наиболее популярных операций, оказываемых банками населению. Объёмы переводов денежных средств физическими и юридическими лицами на территории Россий-

ской Федерации на счета организаций, оказывающих коммунальное обслуживание, превышает 2,3 триллиона рублей за год. Следовательно, сопоставив между собой отсутствие в мобильном приложении ООО «Сетелем Банк» такого перспективного направления мобильного банкинга, как возможность для совершения транзакций с автоматическим заполнением реквизитов для перевода и объёмы коммунальных платежей можно сделать вывод о необходимости введения данной функции.

Введение функции моментальных платежей с помощью сканирования штрихкодов и QR-кодов позволит увеличить удобство использования мобильного банкинга клиентами банка, потенциально привлечь дополнительных клиентов, а также снизить нагрузку с операционных сотрудников банка, с помощью популяризации оплаты коммунальных услуг с помощью мобильного банковского приложения.

С целью дальнейшего поиска проблемных участков в области дистанционного банковского обслуживания в ООО «Сетелем банк» обратимся к вопросу изучения лояльности клиентов банка. Для предоставления количественной характеристики данного показателя используется индекс потребительской лояльности – Net PromoterScore (далее NPS), который используется для оценки готовности потребителей к повторным покупкам. Для определения данного индекса потребителям предлагается ответить на вопрос: «Какова вероятность того, что вы порекомендуете данную кредитную организацию вашим знакомым?», ответ необходимо оценить по десятибалльной шкале, где 0 – соответствует ответу «Никогда не порекомендую», а 10 – «Обязательно порекомендую». Далее, респонденты ранжируются на три группы, отраженные на рисунке 2.10, в зависимости от полученных ответов. После завершения разделения потребителей на группы, итоговое значения индекса NPS определяется как разница между процентным значением сторонников и критиков.

9-10 баллов	7-8 баллов	0-6 баллов
<p>Сторонники (Promoters) - Клиенты, лояльные к банку и готовые его порекомендовать своим знакомым</p>	<p>Нейтральные потребители - пассивные клиенты банка, которые удовлетворены его работой, но не обладают стремлением рекомендовать его</p>	<p>Критики (detractors) - не удовлетворены работой банка, не будут его рекомендовать, возможно находятся в процессе поиска альтернативной кредитной организации</p>

Рисунок 2.10 – Ранжирование групп потребителей в соответствии с методикой NPS

С целью определения текущего уровня потребительской лояльности в банковском секторе обратимся к исследованию данного вопроса, проведенного аналитическим центром «НАФИ» в августе 2018 года, результаты которого представлены в таблице 2.6. Основной целью данного исследования являлось определение индекса определения приверженности потребителей кредитной организации. Клиентам предлагалось ответить на вопрос, касательного своего основного банка, которым они пользуются.

Таблица 2.6 – Результаты исследования индекса потребительской лояльности клиентов кредитных организаций.

Показатель	Значение показателя за указанный период, %				
	I квартал 2017 года	III квартал 2017 года	I квартал 2018 года	II квартал 2018 года	III квартал 2018 года
Сторонники, в процентах	57	59	59	45	47
Нейтральные потребители, в процентах	29	26	22	38	33
Критики, в процентах	14	15	20	18	20

Окончание таблицы 2.6

Показатель	I квартал 2017 года	III квартал 2017 года	I квартал 2018 года	II квартал 2018 года	III квартал 2018 года
Коэффициент лояльности, в процентах	43	44	39	27	27

По результатам данного исследования можно сделать вывод о том, что в отношении основного банка среднее значение NPS – 27 пунктов. С июля прошлого года наметилась тенденция к снижению этого показателя (в 2017 году – 44 пункта, в январе 2018 – 39 пунктов, в мае и августе 2018 – 27 пунктов). Снижение индекса связано с увеличением доли «нейтралов» – в нее перешла часть сторонников в то время, как число критиков практически не изменилось. Из представленных результатов мы видим, что почти каждый второй клиент готов рекомендовать свой банк другим (45% в мае и 47% - в августе), и около пятой части клиентов не стали бы этого делать (18% в мае и 20% – в августе).

Данную тенденцию можно назвать проблемной по причине того, что высокие показатели лояльности клиентов помогают корпорациям повышать собственную финансовую устойчивость, особенно в условиях кризиса: лояльные клиенты не только самостоятельно и абсолютно бесплатно расширяют клиентскую сеть компании посредством рекомендаций, но и остаются верны в условиях дестабилизации экономики и кризисных явлений внутри компании. Лояльность – это более широкое понятие, чем рациональный расчет со стороны клиента, это скорее преданность компании, её бренду и оказываемым услугам. Именно поэтому известные и финансово устойчивые компании дорожат собственными имеющимися лояльными клиентами, которые не только обходятся самой компании намного дешевле новых клиентов, но и по статистике приносят на 67% больше прибыли, по сравнению с новыми клиентами.

С целью определения текущего уровня индекса потребительской лояльности в апреле 2018 года был проведен опрос, респондентами являются действующие клиенты ООО «Сетелем банк», которым предлагается ответить на вопрос: «Ка-

кова вероятность того, что вы порекомендуете своим знакомым обратиться в «Сетелем Банк» для получения необходимых банковских услуг?» Результаты опроса, отраженные на рисунке 2.11 свидетельствуют о том, что усредненные результаты исследования «НАФИ» соответствуют и текущей ситуации в ООО «Сетелем банк». Индекс потребительской лояльности составляет 16%, что говорит о том, что лишь каждый шестой клиент готов порекомендовать рассматриваемую кредитную организацию своим знакомым. Практически половину опрошенных (44%) составляют респонденты не имеющих претензий к работе банка, но и не являющихся лояльными клиентами. Доля критиков составляет лишь 20%, в то время как распространители занимают 36% от общего числа опрошенных, которое составило 120 потребителей.

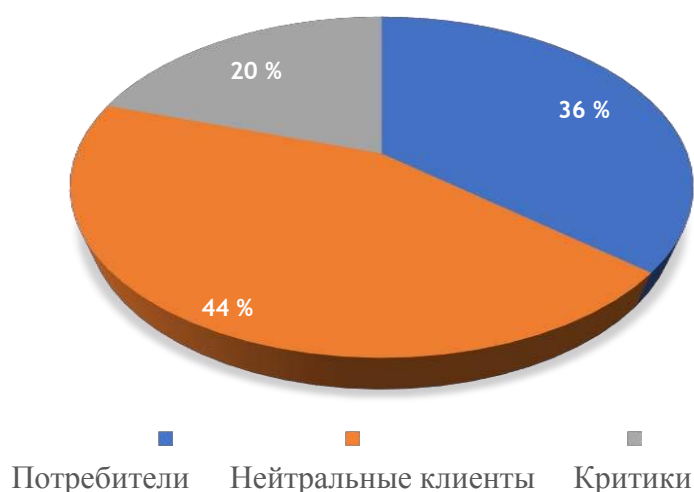


Рисунок 2.11 – Результаты опроса клиентов ООО «Сетелем банк» на предмет потребительской лояльности

Увеличение доли лояльных клиентов позволит увеличить как количество клиентов, так и их качество, которое выражается в росте доли лояльных потребителей. Комплекс мероприятий, направленный на повышение расположения пользователей, приведет к увеличению прибыли, созданию положительного имиджа кредитной организации и, как следствие, повышению финансовой устойчивости корпорации. На сегодняшний день в ООО «Сетелем Банк» представлена программа лояльности под названием «Полезность», основной функцией кото-

рой является ежемесячное вознаграждение за покупки по дебетовым и кредитным картам банка, которое составляет от 1% до 3% от суммы ежемесячных затрат клиента, без учета специальных предложений и акций, в которых объем поощрения достигает 10% от суммы покупки. Поскольку, как было сказано ранее, лояльность – это не только рациональный расчет наилучшего предложения, но совокупность экономической и эмоциональной привязанности клиента к бренду или компании, то основным направлением развития вопроса потребительской лояльности будут служить меры, направленные на упрощение обратной связи с клиентами банка и повышения финансовой грамотности населения. Данное направление развития кредитной организации не только позволит укрепить устойчивость корпорации посредством развития дистанционного банковского обслуживания, но и полностью соответствует социальному аспекту триединого подхода к устойчивому развитию.

Развитие систем дистанционного банковского обслуживания в современных экономических условиях является одним из наиболее перспективных банковских трендов, позволяющих выводить конкурентноспособность кредитных организаций на новый уровень. Проведенный ранее анализ финансовой устойчивости и эффективности ДБО в ООО «Сетелем Банк» позволяет говорить об имеющихся проблемах в данных сферах деятельности, что обостряет вопрос развития дистанционного банковского обслуживания, как фактора, способствующего устойчивому развитию корпорации.

Выявленная ранее проблема в области мобильного приложения «Сетелем Банк», заключающаяся в низких результатах при оценке приложения экспертами «Marswebb» создает предпосылки для формулирования рекомендаций. Для сохранения имеющихся и достижения новых результатов мобильного приложения, информационные отдел кредитной организации должен уделять достаточное количество внимания вопросам своевременного дизайна приложения, отслеживанию текущих банковских трендов в данной области, и, отдельного внимания заслуживает вопрос безопасности при дистанционном банковском обслуживании.

При таком виде обслуживания клиент банка взаимодействует с кредитной организацией посредством передачи удаленных распоряжений с помощью соответствующего технологического обеспечения, соответственно передается конфиденциальная информация, в частности персональные данные. В связи с чем возрастает риск получения доступа к конфиденциальным данным третьих лиц.

В результате проведения анализа финансовой устойчивости и эффективности систем дистанционного банковского обслуживания ООО «Сетелем Банк» были определены текущие проблемы, отраженные в таблице 2.7.

Таблица 2.7 – Текущие проблемы ООО «Сетелем Банк»

Проблема	Причина возникновения	Возможные последствия	Способ решения
Низкие оценки мобильного приложения аналитическим агентством «Marksw Webb»	Отсутствие современных функциональных возможностей в мобильном приложении	Сокращение доли пользователей систем дистанционного обслуживания, неконкурентоспособность мобильного приложения	Совершенствование мобильного банкинга
Низкий уровень потребительской лояльности	Низкий уровень финансовой грамотности, недостаточное взаимодействие между клиентами и банком	Мгновенный отток клиентов в случае наступления кризисных явлений	Развитие отношений между клиентами, потенциальными клиентами и банком в социальных сетях с помощью создания SMM - отдела
Большая доля клиентов, оплачивающих коммунальные услуги в отделениях банка	Недостаточная популяризация систем дистанционного обслуживания	Неоптимизированные издержки на обслуживание клиентов, нерациональное расходование денежных средств	Перевод клиентов, оплачивающих коммунальные услуги с «классического» на дистанционное обслуживание

Мероприятия, направленные на решения данных проблем, будут способствовать укреплению финансовой устойчивости кредитной организации и развитию дистанционного банковского обслуживания с целью поддержания его в конкурентоспособном состоянии.

По мере проникновения интернет-сети и мобильной связи даже в самые отдаленные уголки страны у банков появляются новые возможности для роста и развития. Но на пути расширения своей доли рынка банки сталкиваются с рядом проблем, например, в рамках обеспечения безопасности, а также с теми, которые связаны с конкурентами кредитной организации, а именно с тем, что они предлагают оригинальные и привлекательные услуги своим потенциальным и уже существующим клиентам. Проблемы и возможности развития ДБО в ООО «Сетелем Банк» более подробно будет рассмотрены в следующей главе.

Выявленные ранее проблемы, касающиеся низкого уровня финансовой грамотности потенциальных клиентов ООО «Сетелем Банк» и низкого уровня потребительской лояльности, создают предпосылки для принятия мер по их устранению. Необходимым является инструмент, способствующий улучшению имиджа кредитной организации и упрощению обратной связи с клиентами, что способно повысить уровень доверия населения к банку, который как оказалось на сегодняшний день является достаточно низким. Разрешение вышеупомянутых проблем стимулирует развитие дистанционного обслуживания в ООО «Сетелем Банк», что будет способствовать как повышению финансовой устойчивости кредитной организации, так и другим аспектам устойчивого развития.

Одним из методов, охватывающих разрешение проблем финансовой безграмотности, низкой потребительской лояльности и отсутствия доверия к кредитным организациям является развитие взаимодействия между банком и населением посредством социальных сетей. По данным Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) около 45% совершеннолетнего населения пользуются одной из социальных сетей ежедневно, а 62% - хотя бы раз в неделю. Максимальный уровень вовлеченности оказался среди молодежи в возрасте от 18 до 24 лет, утверждается что ежедневно пользуются социальными сетями около 91% в данной возрастной группе, а среди людей от 25 до 34 лет – 69%. Для кредитной организации данная статистика актуализирует вопрос развития

фирменных групп в социальных сетях по причине большой потенциальной аудитории, внимание которой возможно привлечь при условии создания контента, способного её заинтересовать.

Таким образом, с целью повышения популярности дистанционного банковского обслуживания в ООО «Сетелем банк» рекомендуется организовать работу SMM отдела, основной целью работы которого станет создание контента, способствующего повышению уровня финансовой грамотности подписчиков и их доверия к банку, рекламирование дистанционных способов выполнения банковских операций, увеличению аудитории кредитной организации в различных социальных сетях. Создание и развитие данного отдела позволит решить выявленные проблемы, представленные в таблице 2.8.

Таблица 2.8 – Рекомендации по совершенствованию дистанционного банковского обслуживания и укрепления финансовой устойчивости для ООО «Сетелем Банк» посредством организации работы SMM-отдела

Метод выявления проблемы	Проблема	Решение проблемы	Ожидаемый эффект	Рекомендация
Анализ эффективности ДБО	Низкий уровень потребительской лояльности	Увеличение доли «распространителей» среди клиентов банка	Увеличение количества и лояльности действующих, а также расширение аудитории потенциальных клиентов, повышение качества активов кредитной организации	Организация работы SMM-отдела
	Низкий уровень финансовой грамотности	Публикация контента, способствующего повышению уровня финансовой грамотности		

Укрепление финансовой устойчивости ООО «Сетелем Банк» с помощью развития отдела социального медиа-маркетинга произойдет за счет увеличения как числа, действующих, так и потенциальных клиентов, в результате чего про-

изойдет рост объёмов доходных активов. Публикация контента, способствующего повышению уровня финансовой грамотности среди аудитории фирменных групп позволит повысить лояльность действующих клиентов.

2.3 Разработка рекомендаций по повышению эффективности дистанционного банковского обслуживания физических лиц в ООО «Сетелем Банк»

Развитие отдела социального медиа маркетинга является одним из актуальных, современных направлений развития организаций, в том числе и кредитных. Совершенствование этого направления деятельности позволяет расширять клиентскую базу, рекламировать собственную продукцию, повышать уровень финансовой грамотности населения, что в конечном итоге принесет результат в виде повышения лояльности клиентов, качества и количества активов, а также потенциально позволит снижать стоимость привлечения новых клиентов.

Предлагаемый к созданию SMM отдел будет иметь в себе такие структурные подразделения, как отдел видео-контента, новостной и статейный отделы. Иерархия предлагаемого к созданию отдела (Рисунок 2.12) представляет собой редакторов, имеющих в подчинении младший персонал и находящихся в подчинении у руководителя SMM отдела, как и сотрудники, занимающиеся рекламой и продвижением фирменных групп в социальных сетях.

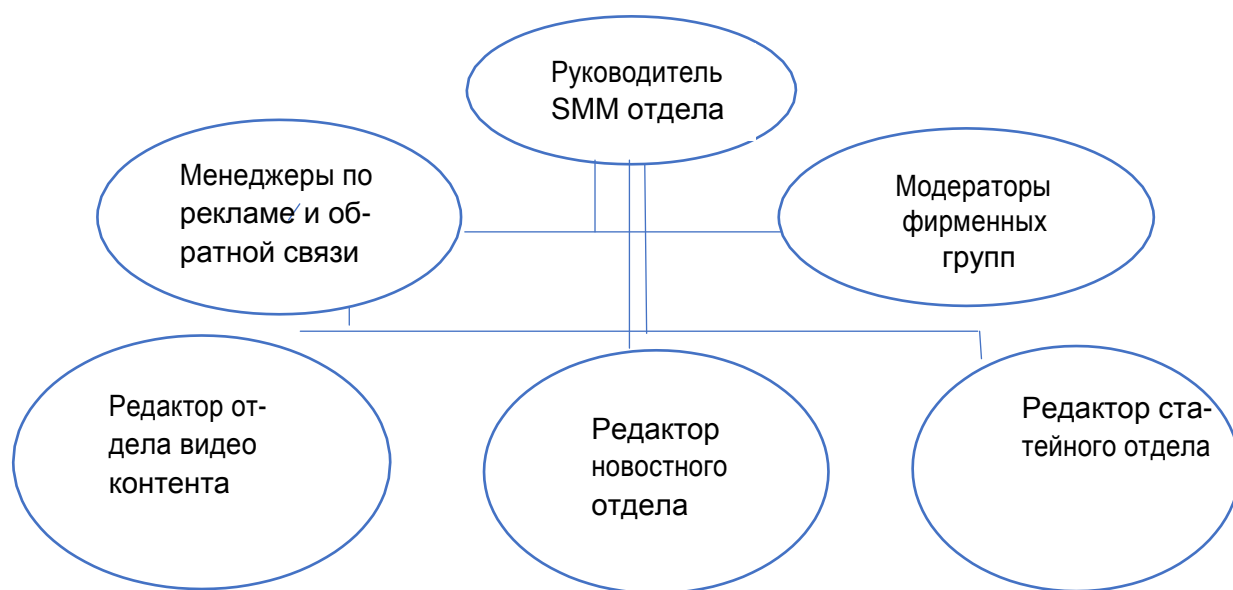


Рисунок 2.12 – Иерархия руководительского состава SMM отдела

С целью оценки экономической эффективности, предложенной рекомендацией по организации работы нового структурного подразделения, предлагается оценить стоимость поддержания работоспособности SMM отдела и сопоставить полученные данные с количеством привлекаемых человек и потенциальным экономическим результатом от конверсии подписчиков. Годовые затраты на поддержание работоспособности предлагаемого к созданию отдела представлены в таблице 2.9. По причине того, что деятельность данного отдела будет вестись исключительно в сети интернет, то с целью оптимизации издержек предлагается нанимать персонал на условиях удаленной занятости, что позволит исключить затраты на оборудование или аренду помещения. Необходимо упомянуть, что данное подразделение будет поддерживаться другими отделами корпорации, такими как юридический, рекламный, а также отдел информационных технологий. Связь с другими структурными подразделениями будет осуществляться дистанционным способом.

Таблица 2.9 – Текущие расходы на работу SMM отдела

Статья расходов	Ежемесячная стоимость, в рублях	Годовая стоимость, в рублях
1 Оплата каналов связи	25 000	300 000
2 Фонд оплаты труда всего, в том числе	1 110 000	13 320 000
2.1 Отдел видео-контента всего, в том числе:	220 000	2 640 000
2.1.1 Оператор-видеомонтажер	40 000	480 000
2.1.2 Сценарист видео-сюжетов	30 000	360 000
2.1.3 Графический дизайнер	70 000	840 000
2.1.4 Редактор отдела видео-контента	80 000	960 000
2.2 Новостной отдел всего, в том числе:	195 000	2 340 000
2.2.1 Сценарист новостных статей	25 000	300 000
2.2.2 Оператор поиска новостных сюжетов	20 000	240 000
2.2.3 Графический дизайнер	70 000	840 000
2.2.4 Руководитель-редактор отдела новостных статей	80 000	960 000
2.3 Отдел статей о финансовой грамотности, в том числе	190 000	2 280 000
2.3.1 Составитель статей	20 000	240 000

Окончание таблицы 2.9

Статья расходов	Ежемесячная стоимость, в рублях	Годовая стоимость, в рублях
2.3.2 Составитель статей	20 000	240 000
2.3.3 Графический дизайнер	70 000	840 000
2.3.4 Руководитель-редактор статей о финансовой грамотности	80 000	960 000
2.4 Отдел по рекламе и обратной связи всего, в том числе:	260 000	3 120 000
2.4.1 Менеджер по рекламе в социальных сетях	25 000	300 000
2.4.2 Менеджер по рекламе в социальных сетях	25 000	300 000
2.4.3 Графический дизайнер	70 000	840 000
2.4.4 Менеджер обратной связи	30 000	360 000
2.4.5 Менеджер обратной связи	30 000	360 000
2.4.6 Руководитель отдела по рекламе и обратной связи	80 000	960 000
2.5 Модераторы фирменных групп всего, в том числе:	125 000	1 500 000
2.5.1 Модератор «Вконтакте»	25 000	300 000
2.5.2 Модератор «Instagram»	25 000	300 000
2.5.3 Модератор «YouTube»	25 000	300 000
2.5.4 Модератор «Одноклассники»	25 000	300 000
2.5.5 Модератор «Twitter»	25 000	300 000
2.6 Руководитель SMM отдела	120 000	1 440 000
3 Отчисления во внебюджетные фонды всего, в том числе	330 000	3 966 000
3.1 Пенсионный фонд	244 200	2 930 400
3.2 Фонд социального страхования	32 190	386 280
3.3 Фонд обязательного медицинского страхования	56 610	679 320
Итого:	1 466 000	17 592 000

Таким образом, суммарные ежемесячные и годовые затраты на организацию деятельности SMM отдела составляют 1 466 и 17 592 тысяч рублей соответственно. В качестве целевого ориентира и показателя эффективности работы дан-

ного структурного подразделения предлагается установить план по привлечению необходимого количества подписчиков, отраженный в таблице 2.10.

Таблица 2.10 – План по количеству привлекаемых подписчиков

Социальная сеть	Привлеченное количество подписчиков	
	Ежемесячно	Итого, за один год
«ВКонтакте»	30 000	360 000
«Instagram»	16 500	198 000
«YouTube»	2 500	30 000
«Одноклассники»	4 000	48 000
Twitter»	20 000	240 000
Итого	73 000	876 000

Таким образом, по результатам работы SMM отдела за один год предлагается привлечь более 870 тысяч новых подписчиков, в таком случае суммарное количество подписчиков фирменных групп ООО «Сетелем Банк» составит более 1 миллиона пользователей.

С целью определения экономической эффективности создания и поддержки работоспособности социального медиа маркетингового отдела рассчитаем количество новых клиентов, привлекаемых благодаря работе этого структурного подразделения. На основании этой информации составим пессимистичный, нейтральный и оптимистичный прогнозы по экономической эффективности деятельности SMM отдела, результаты расчетов отражены в таблице 2.11.

Рассчитаем пессимистичный прогнозируемый доход:

Прибыль на одного клиента банка можно рассчитать по формуле 1.

$$\frac{\text{Прибыль}}{\text{Количество клиентов банка за год}}, \quad (1)$$

Где Прибыль – прибыль за 2017 год [28];

Количество клиентов банка за год – клиенты по итогам 2017 года [27].

$$\frac{771\,305\,000}{353\,000} = 273,1 \text{ руб.}$$

Чтобы рассчитать прогнозируемый доход, необходимо воспользоваться формулой 2.

$$\text{Прибыль на одного клиента банка} \times \text{Общее число привлеченных подписчиков за год} \times \text{конверсию } 10\%, \quad (2)$$

Где Конверсия – процент от количества привлеченных подписчиков для рассмотрения пессимистичного дохода.

$$237,1 \times 876\,000 \times 10\% = 20\,769\,960 \text{ руб.}$$

Прибыль от деятельности SMM отдела рассчитывается по формуле 3.

$$\text{Прогнозируемый доход} - \text{Годовые расходы}, \quad (3)$$

$$20\,769\,960 - 17\,592\,000 = 3\,177\,960 \text{ руб.}$$

Стоимость привлечения одного клиента рассчитывается по формуле 4.

$$\frac{\text{Годовые расходы}}{\text{Общее число привлеченных подписчиков за год} \times \text{конверсию } 10\%}, \quad (4)$$

$$\frac{17\,592\,000}{876\,000 \times 10\%} = 200,82 \text{ руб.}$$

Идентично можно провести расчет по нейтральному и оптимистичному прогнозам с конверсией в 25 и 50 процентов соответственно. Сведем все предоставленные данные в таблицу 2.11.

Таблица 2.11 – Экономический результат от привлечения новых клиентов посредством работы SMM отдела

Прогноз	Конверсия, процентов	Количество новых клиентов	Прогнозируемый доход, рублей	Прибыль от деятельности SMM отдела, рублей	Стоимость привлечения одного клиента, рублей
Пессимистичный	10	87 600	20 769 960	3 177 960	200,82
Нейтральный	25	219 000	51 924 900	34 332 900	80,33
Оптимистичный	50	438 000	86 257 800	103 849 800	20,1

На основании данных о прогнозируемом доходе можно сделать вывод о том, что даже в случае пессимистичного прогноза, подразумевающего конверсию в размере 10% от привлекаемых подписчиков прогнозируемый доход ООО «Сетелем Банк» составит более 28 миллионов рублей, а прибыль – более 11 миллионов рублей. В таком случае стоимость привлечения одного клиента составит 200 рублей, что можно охарактеризовать как дешевое привлечение новых клиентов. Такие выводы можно сделать на основании публичных заявлений генерального директора финансового маркета «Юником 24» Юрия Кудрякова о том, что средняя стоимость привлечения нового клиента, претендующего на кредит размером до 300 тысяч рублей, составляет от 800 до 2500 рублей. Директор по маркетингу ПАО «Почта Банк» Евгения Ленская заявляет, что стоимость заключения одного кредитного договора составляет около 3500 рублей, таким образом предложенная рекомендация по созданию SMM отдела является экономически оправданной.

Создание и развитие фирменных групп кредитной организации в социальных сетях является уникальным инструментом, позволяющим одновременно повышать имидж компании выполняя социальную функцию в виде повышения финансовой грамотности населения, а также поднятия уровня потребительской ло-

яльности имеющихся клиентов кредитной организации и относительно дешевого привлечения новых, которое достигается благодаря широкой популярности социальных сетей в наши дни.

Дистанционное банковское обслуживание является одним из наиболее перспективных направлений развития современных кредитных организаций. Своевременное и постоянное совершенствование которого позволяет оказывать влияние на различные аспекты устойчивого развития корпорации: как в социальном направлении посредством повышения финансовой грамотности населения и уровня доверия к банкам и потребительской лояльности, так и в экономическом направлении, дистанционное банковское обслуживание представляет собой один из возможных путей повышения финансовой устойчивости. Определенные в результате анализа устойчивости и эффективности дистанционного банковского обслуживания проблемы ООО «Сетелем Банк» были решены посредством совершенствования ДБО, что отражено в таблице 2.12.

Таблица 2.12 – Результаты совершенствования дистанционного банковского обслуживания в ООО «Сетелем Банк»

Проблема	Решение	Результат	
		Экономический эффект	Социальный эффект
Низкий уровень потребительской лояльности	Создание и организация работоспособности SMM отдела	Привлечение как минимум 87 600 новых клиентов по минимальной стоимости привлечения; Минимальное количество прибыли более 15 миллионов рублей за первый год; Улучшения показателей ликвидности путем увеличения количества свободных денежных средств, следовательно, укрепление финансовой устойчивости.	Увеличение лояльности действующих клиентов; Рост доверия населения к банку вследствие повышения финансовой грамотности
Низкий уровень финансовой грамотности населения			

Таким образом, можно сделать вывод о том, что предложенная эта мера по совершенствованию дистанционного банковского обслуживания является экономически целесообразной и в результате собственной реализации позволит до-

биться как экономического эффекта, положительно сказывающегося на уровне финансовой устойчивости кредитной организации, так и социального, эффект которого оказывает положительное влияние на действующих и потенциальных клиентов банка. Данное направление развития и совершенствования систем ДБО в ООО «Сетелем Банк», ориентировано на привлечение клиентов и тем самым на улучшение более высокой конкуренции, сложившейся на современном этапе экономического развития страны, является перспективными и применимыми в банковской сфере.

Выводы по разделу два

Исторически сложилось так, что новые технологические открытия ускорили процесс физического перемещения и передачи информации, тем самым побудив исследователей и других ученых к созданию более совершенных технологий. И до настоящего времени эта замкнутая последовательность побуждает людей разрабатывать и внедрять что-то новое для более быстрого и удобного удовлетворения своих потребностей.

Находясь в поисках новых методов привлечения и удержания клиентов, банки прибегли к использованию новых технологий, впервые использовав во второй половине XX века телефон как канал ДБО. На сегодняшний день возросшая конкуренция требует от банков усовершенствования каналов ДБО – и расширения функционала телебанкинга, и специальных банковских устройств, и внедрения новых услуг в рамках интернет- и мобильного банкинга.

Переход на ДБО – наиболее заметная банковская тенденция последних двух десятилетий, особенно в части интернет-технологий. И на сегодняшний день перспективы развития интернет-банкинга в России заключаются в качественном росте для физических лиц, поскольку количественный рост ограничен по причинам, описанным выше, и качественном и количественном росте для юридических лиц.

Рекомендация по осуществлению SMM - отдела позволит увеличить клиентскую базу в ООО «Сетелем Банк», так же расширить аудиторию пользователей с помощью внедрения рекламы в такие социальные сети как: «Вконтакте», «Instagram», «YouTube», «Одноклассники», «Twitter». Благодаря внедрению SMM отдела в течении одного года предлагается привлечь более 870 тысяч новых подписчиков, в таком случае суммарное количество подписчиков фирменных групп ООО «Сетелем Банк» составит более 1 миллиона пользователей. На основании данных о прогнозируемом доходе можно сделать вывод о том, что есть прибыль увеличится, так же, как и рост клиентской базы, которая необходима развивающемуся банку.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной работе было исследовано дистанционное банковское обслуживание и тенденции его развития на основе ООО «Сетелем Банк». Актуальность выполненной работы связана с тем, что дистанционное банковское обслуживание представляет собой новые перспективы развития для банка. В ходе выполнения работы, целью которой являлось исследование ДБО, были решены следующие задачи:

- рассмотрены теоретические аспекты дистанционного банковского обслуживания;
- проанализированы особенности организации ДБО в ООО «Сетелем Банк»;
- разработаны рекомендации по совершенствованию направления ДБО в банке.

Несмотря на то, что интернет – технологии используются в банковской сфере достаточно давно, и в некоторых странах они уже получили большую популярность, в России по – прежнему остаются большие перспективы для их массового внедрения. Со второй четверти XX века крупными зарубежными банками и ассоциациями стало внедряться ДБО, начало которым положили выпуск пластиковых платежных карт и установка банкоматов и терминалов для работы с ними. Во второй половине XX века было положено начало телебанкингу. С распространением интернет-технологий и мобильных устройств возникли интернет- и мобильные банки. В настоящее время практически каждый российский банк имеет возможность предоставить своим клиентам доступ к удаленному управлению своим счетам. Дистанционное банковское обслуживание – комплекс технологий удалённого предоставления банковских услуг, базирующийся на взаимодействия между банком и его клиентами с помощью различных телекоммуникационных каналов. В зависимости от используемой информационной системы выделяют пять типов ДБО: телефонный банкинг, интернет-банкинг, мобильный банкинг, РС-банкинг и обслуживание при помощи банковских устройств.

Так, в ходе решения задач были рассмотрены нормативно – правовые документы, регулирующие сферу удалённой передачи распоряжений по управлению банковскими счетами, такие как: Федеральные законы, положения и письма Центрального Банка. На сегодняшний день законодательная база, служащая основой для регулирования ДБО в Российской Федерации, не дает четкого определения данному понятию, но опирается на другое – «безналичные расчеты». Содержание безналичных расчетов описывается в Гражданском Кодексе РФ в главе 46, а также Федеральным Законом от 10.07.2002 года №86-ФЗ «О Центральном Банке Российской Федерации (Банке России)», где фиксируется, что «Банк России устанавливает правила, формы и стандарты безналичных расчетов» (глава 12, статья 82.3). Также существует ряд прочих документов, регулирующих ДБО. Кроме того, существует ряд других нормативно-правовых актов, регулирующих деятельность, касающейся ДБО, в том числе к ним относят:

- Гражданский кодекс Российской Федерации (Часть первая);
- О банках и банковской деятельности (федер. Закон от 02.12.1990 № 395-1);
- О национальной платежной системе (федер. Закон РФ от 27 июня 2011 г. № 161-ФЗ);
- О Центральном банке Российской Федерации (Банке России) (федер. Закон от 10.07.2002 № 86-ФЗ);
- Положение об эмиссии платежных карт и об операциях, совершаемых с их использованием (положение Банка России от 24.12.2004 № 266-П);
- Положение о правилах осуществления перевода денежных средств (положение Банка России от 19.06.2012 № 383-П) и др.

В ходе анализа особенностей систем ДБО в ООО «Сетелем Банк» было выявлено, что банк, сохраняя традиционные каналы предоставления ДБО и развивая их, внедряет нововведения, одними из которых являются интернет – и мобильный банкинг, а также запуск информационных мессенджеров, не требующих прямой связи с сотрудником банка. Рост популярности интернет-банкинга очевиден, поэтому «Сетелем Банк» уделяет особое внимание привлечению кли-

ентов и их онлайн – обслуживанию, предлагая новые оригинальные услуги, что делает их конкурентоспособными на рынке. Мероприятие по развитию отдела социального медиа маркетинга является одним из актуальных современных направлений развития организаций, в том числе и кредитных. Направленное на решение перспективного совершенствования ДБО в ООО «Сетелем Банк» является внедрение SMM – отдела, основной целью работы которого станет создание контента, способствующего повышению уровня финансовой грамотности подписчиков и их доверия к банку, рекламирование дистанционных способов выполнения банковских операций, увеличению аудитории кредитной организации в различных социальных сетях.

Применение разработанной рекомендации позволит банку привлечь новых клиентов, заинтересовать в использовании новых сервисов уже имеющихся клиентов, повысить уровень их удовлетворенности и лояльности путем сокращения времени и упрощения осуществления операций, увеличение доли лояльных клиентов позволит увеличить как количество клиентов. Комплекс мероприятий, направленный на повышение расположения пользователей, приведет к увеличению прибыли, созданию положительного имиджа кредитной организации и, как следствие, повышению финансовой устойчивости кредитной организации.

Данные направления развития и совершенствования систем ДБО в ООО «Сетелем Банк», ориентированного на обеспечение высокого качества обслуживания клиентов и учитывающего высокую конкуренцию, сложившуюся на современном этапе экономического развития страны, являются перспективными, применимыми в банковской сфере и востребованными среди клиентов.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) № 51-ФЗ от 30.11.1994// Собрание законодательства РФ. – № 32. – ст. 395. (Дата обращения: 01.03.2019)
- 2 Федеральный закон «О банках и банковской деятельности» от 02.12.1990 № 395-1-ФЗ // «Собрание законодательства РФ», 05.02.1996, № 6, ст. 1, ст. 5. (Дата обращения: 03.03.2019)
- 3 banki.ru: История интернет-банкинга [Электронные ресурсы]. – Режим доступа: http://www.banki.ru/wikibank/istoriya_vozniknoveniya_internet-bankinga/ (Дата обращения: 17.04.2019)
- 4 Банковское дело: учебник для вузов. / под ред. Г. Белоглазовой, Л. Кроливецкой, 2-е изд. – СПб.: Питер, 2012. – 400 с. (Дата обращения: 21.03.2019)
- 5 Банковское дело / О. И. Лаврушин, И. Д. Мамонова, Н. И. Валенцева [и др.]; под ред. О. И. Лаврушина. – Москва: КноРус, 2016. – 800 с. (Дата обращения: 21.03.2019)
- 6 Корнилова, Ю.А. Дистанционное банковское обслуживание: обзор предложений / Ю. А. Корнилова // Экономика современного предприятия. – 2011. – № 10 – С. 48–54. (Дата обращения: 02.05.2019)
- 7 Scopus.com [Электронные ресурсы]. – Режим доступа: <https://www.scopus.com> (Дата обращения: 05.05.2019)
- 8 Информационные системы и технологии в экономике и управлении: учебник / под ред. проф. В. В. Трофимова. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2012. – 521 с. (Дата обращения: 05.05.2019)
- 9 Банковское дело: учебник / под ред. Г. Г. Коробовой., 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Магистр, 2015. – 592 с. (21.04.2019)
- 10 Тедеев, А.А. Электронные банковские услуги / А. А. Тедеев. – М.: ЭКС-МО, 2013. – 267с. (Дата обращения: 06.05.2019)

- 11 Рудакова, О. С. Банковские электронные услуги: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080109 «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», 080105 «Финансы и кредит» / О. С. Рудакова. – Москва: ИНФРА-М, 2012. – 399 с. (Дата обращения: 19.04.2019)
- 12 Серегин, А. Ю. Рынок ДБО в России и в мире / Серегин А. Ю., Червонный К. И. // Молодой ученый. Ежемесячный научный журнал. – 2013. – Часть 2. – №9 (Дата обращения: 17.04.2019)
- 13 Е. А. Абрамейцева / Дистанционное банковское обслуживание населения: преимущества и недостатки/ (Дата обращения: 05.05.2019)
- 14 Буркова А.Ю. Дистанционное банковское обслуживание: преимущества и риски // Юридический справочник руководителя - 2009. - №6. С.63. (Дата обращения: 11.05.2019)
- 15 Трофимов, В. В. Информационные системы и технологии в экономике и управлении: учебник для бакалавров / В. В. Трофимов (Дата обращения: 11.05.2019)
- 16 Ванин А., Сумманен К. Банк, который всегда с тобой // Банковские технологии. – 1999. (Дата обращения: 22.04.2019)
- 17 №4. – С. 46-52. Тавасиев, А. М. Банковское дело: учебник для бакалавров / А. М. Тавасиев. – М.: Издательство Юрайт, 2013. – 647 с. (Дата обращения: 03.04.2019)
- 18 Ефимов О. Н., /ДИСТАНЦИОННОЕ БАНКОВСКОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ: НЕДОСТАТКИ, ПРЕИМУЩЕСТВА И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ/ (Дата обращения: 27.04.2019)
- 19 Татаркина, Д. С. Интернет-банкинг как форма дистанционного управления банковскими счетами / Д.С. Татаркина// Молодой ученый. Ежемесячный научный журнал. – 2012. – №6. – С.58–63 (Дата обращения: 02.05.2019)
- 20 Znatokdeneg.ru Что такое онлайн-банкинг [Электронные ресурсы]. –Режим доступа: <http://znatokdeneg.ru/terminologiya/chto-takoe-onlajn-banking.html> (Дата обращения: 15.05.2019)

21 Мир процентов.RU Интернет-банкинг в России: история возникновения, возможности современных систем, перспективы развития [Электронные ресурсы]. – Режим доступа: <http://mir-procentov.ru/banks/news/internet-banking-v-rossii.html> (Дата обращения: 15.05.2019)

22 Bankir.Ru Мобильный банкинг [Электронные ресурсы]. – Режим доступа: <http://bankir.ru/publikacii/20110831/mobilnyi-banking-10000394> (Дата обращения: 15.05.2019)

23 Аналитическое агентство Marksw Webb Rank & Report [Электронные ресурсы]. – Режим доступа: <http://marksw Webb.ru/e-finance/internet-banking-rank> (Дата обращения: 19.05.2019)

24 banki.ru: Исследование: интернет-банк остается самым популярным каналом ДБО, но рост аудитории остановился [Электронные ресурсы]. – Режим доступа: <http://www.banki.ru/news/lenta/?id=8768078> (Дата обращения: 21.05.2019)

25 Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 №313 (ред. от 31.03.2017) «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Информационное общество (2011–2020 годы)» [Электронные ресурсы]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_162184 (Дата обращения: 11.05.2019)

26 Аналитическое агентство Marksw Webb Rank & Report: e-Finance User Index 2016 [Электронные ресурсы]. – Режим доступа: <http://marksw Webb.ru/e-finance/e-finance-user-index-2016> (Дата обращения: 13.05.2019)

27 Годовая отчетность/ «Сетелем Банк» ООО/ <https://www.cetelem.ru/upload/iblock/c7c/godovaya-bukhgalterskaya-finansovaya-otchetnost-za-2017-god-razmeshchenie-03-aprelya-2018-goda.pdf> (Дата обращения: 22.05.2019)

28 Финансовая отчетность/ «Сетелем Банк» ООО/ https://www.cetelem.ru/upload/iblock/963/otchetnost_msfo_cetelem_12m2017_rus_final.pdf (Дата обращения: 22.05.2019)

29 Телефонный Банк/ «Сетелем Банк» ООО/ <https://www.cetelem.ru/svyazatsya-s-nami/telefonnyy-bank/> (Дата обращения: 02.05.2019)

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Таблица А1 – Вертикальный и горизонтальный анализ бухгалтерского баланса на 01.01.2016 и 01.01.2017 г.

Статья баланса	Отчетная дата	Удельный вес (в процентах)	Отчетная дата	Удельный вес (в процентах)	Отклонение	
	01.01.2016 (в тысячах рублей)		01.01.2017 (в тысячах рублей)		Относительное (в процентах)	Абсолютное (в тысячах рублей)
I. Активы						
1. Денежные средства	26 973	0,03	27 534	0,03	2	561
2. Средства кредитных организаций в ЦБ	1 723 789	1,75	2 547 871	2,45	48	824 082
2.1 Обязательные резервы	26 612	0,03	30 603	0,03	15	3 991
3. Средства в кредитных организациях	176 586	0,18	210 070	0,20	19	33 484
4. Финансовые активы, оцениваемые по справедливой стоимости через прибыль или убыток	0	0,00	0	0,00	0	0
5. Чистая ссудная задолженность	94 421 602	95,89	99 540 511	95,53	5	5 118 909
6. Чистые вложения в ценные бумаги и другие финансовые активы, имеющиеся в наличии для продажи	0	0,00	0	0,00	0	0
6.1 Инвестиции в дочерние и зависимые организации	0	0,00	0	0,00	0	0

Продолжение Приложения А

Статья баланса	Отчетная дата	Удельный вес (в процентах)	Отчетная дата	Удельный вес (в процентах)	Отклонение	
	01.01.2016 (в тысячах рублей)		01.01.2017 (в тысячах рублей)		Относительное (в процентах)	Абсолютное (в тысячах рублей)
7. Чистые вложения в ценные бумаги, удерживаемые до погашения	0	0,00	0	0,00	0	0
8. Требования по текущему налогу на прибыль	0	0,00	0	0,00	0	0
9. Отложенный налоговый актив	0	0,00	0	0,00	0	0
10. Основные средства, нематериальные активы и материальные запасы	632 666	0,64	785 588	0,75	24	152 922
11. Долгосрочные активы, предназначенные для продажи	546	0,00	2 579	0,00	372	2 033
11. Прочие активы	1 491 228	1,51	1 080 125	1,04	-28	-411 103
12. Всего активов	98 473 390	100	104 194 278	100,00	5	5 720 888
II. Пассивы						
13. Кредиты, депозиты и прочие средства Центрального Банка Российской Федерации	0	0	0	0	0	0

Продолжение Приложения А

Статья баланса	01.01.2016(в тысячах рублей)	Удельный вес (в процентах)	01.01.2017(в тысячах рублей)	Удельный вес (в процентах)	Относительное (в процентах)	Абсолютное (в тысячах рублей)
14. Средства кредитных организаций	78172000	38,7	81886000	38,4	4,7	3714000
15. Средства клиентов, не являющихся кредитными организациями	5251339	2,6	5354673	2,5	1,96	103334
15.1 Вклады физических лиц	5026811	2,5	4975737	2,3	0,98	-51074
16. Финансовые обязательства, оцениваемые по справедливой стоимости через прибыль или убыток	0	0	0	0	0	0
18. Обязательства по текущему налогу на прибыль	0	0	0	0	0	0
19. Отложенное налоговое обязательство	0	0	0	0	0	0
20. Прочие обязательства	1417171	0,7	2678518	1,3	89	1261347
21. Резервы на возможные потери по условным обязательствам кредитного характера, прочим возможным потерям и операциям с резидентами оффшорных зон	25539	0,01	57158	0,03	124	31619
22. Всего обязательств	84866049	43	89976349	42	6	5110300

Приложение А2 – Вертикальный и горизонтальный анализ бухгалтерского баланса на 01.01.2017 и 01.01.2018

Статья баланса	Отчетная дата	Удельный вес (в процентах)	Отчетная дата	Удельный вес (в процентах)	Отклонение	
	01.01.2017 (в тысячах рублей)		01.01.2018 (в тысячах рублей)		Относительное (в процентах)	Абсолютное (в тысячах рублей)
I. Активы						
1. Денежные средства	27 534	0,03	32 279	0,03	17	4 745
2. Средства кредитных организаций в ЦБ РФ	2 547 871	2,45	1 889 937	1,52	-26	-657 934
2.1 Обязательные резервы	30 603	0,03	32 786	0,03	7	2 183
3. Средства в кредитных организациях	210 070	0,20	197 404	0,16	-6	-12 666
4. Финансовые активы, оцениваемые по справедливой стоимости через прибыль или убыток	0	0,00	0	0,00	0	0
5. Чистая ссудная задолженность	99 540 511	95,53	119 996 329	96,54	21	20 455 818
6. Чистые вложения в ценные бумаги и другие финансовые активы, имеющиеся в наличии для продажи	0	0,00	0	0,00	0	0
6.1 Инвестиции в дочерние и зависимые организации	0	0,00	0	0,00	0	0
7. Чистые вложения в ценные бумаги, удерживаемые до погашения	0	0,00	0	0,00	0	0

Продолжение Приложения А2

Статья баланса	01.01.2017 (в тысячах рублей)	Удель- ный вес (в про- центах)	01.01.2018 (в тысячах рублей)	Удель- ный вес (в про- центах)	Относител- ное (в про- центах)	Абсолютное (в тысячах рублей)
8. Требования по теку- щему налогу на	0	0,00	0	0,00	0	0
9. Отложенный налоговый актив	0	0,00	0	0,00	0	0
10. Основные сред- ства, немате- риальные активы и материальные запасы	785 588	0,75	817 915	0,66	4	32 327
10. Долгосрочные акти- вы, предназначен- ные для продажи	2 579	0,00	3 827	0,00	48	1 248
11. Прочие активы	1 080 125	1,04	1 362 025	1,10	26	281 900
12. Всего активов	104 194 278	100,00	124 299 716	100,00	19	20 105 438
II. Пассивы						
13. Кредиты, депозиты и прочие средства Цен- трального Банка Рос- сийской Федерации	0	0	0	0	0	0
14. Средства кредитных организаций	81886000	38,4	102100000	40,2426	25	20214000
15. Средства клиен- тов, не являющихся кредитными организа- циями	5354673	2,5	5657821	2,230024	5,6	303148
15.1 Вклады физических лиц	4975737	2,3	5118482	2,017444	2,8	142745
16. Финансовые обяза- тельства, оцениваемые по справедливой стоимости через при- быль или убыток	0	0	0	0	0	0
18. Обязательства по текущему налогу на прибыль	0	0	0	0	0	0

Продолжение Приложения А2

Статья баланса	01.01.2017 (в тысячах рублей)	Удель- ный вес (в про- центах)	01.01.2018 (в тысячах рублей)	Удель- ный вес (в про- центах)	Относитель- ное (в про- центах)	Абсолютное (в тысячах рублей)
19. Отложенное налоговое обязательство	0	0	0	0	0	0
20. Прочие обязательства	2678518	1,3	2190575	0,863413	-19	-487943
21. Резервы на возмож- ные потери по услов- ным обязательствам кредитного характера, прочим возможным по- терям и операциям с ре- зидентами оффшорных зон	57158	0,03	59777	0,023561	4,6	2619
22. Всего обязательств	89976349	42	110012844	43,36144	22,2	20036495

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Таблица Б1 – Горизонтальный анализ отчета финансовых результатах ООО
«Сетелем Банк» за 2015 и 2016 года.

Наименование статьи	Отчетный период		Отклонение	
	2015 (в тысячах рублей.)	2016 (в тысячах рублей.)	Относительное (в процентах)	Абсолютное (тысячах рублей.)
Активы				
1. Денежные средства и их эквиваленты	1 901	2 755	144,9	854
2. Обязательные резервы в Банке России	27	31	114,8	4
3. Средства в банках	0	0	0,0	0
4. Кредиты клиентам	97 875	104 061	106,3	6 186
5. Основные средства и нематериальные активы	531	757	142,6	226
6. Прочие финансовые активы	373	555	148,8	182
7. Прочие нефинансовые активы	318	234	73,6	-84
8. Итого активов	101 025	108 393	107,3	7 368
Пассивы				
9. Средства банков	71 453	75 173	105,21	3720
10. Средства физических лиц	5 192	5 165	99,48	-27
11. Средства корпоративных клиентов	236	387	163,98	151
12. Субординированные займы	7 000	7 270	103,86	270
13. Отложенные налоговые обязательства	0	0	0,00	0
14. Прочие финансовые обязательства	1090	1 444	132,48	354

Продолжение Приложения Б1

Наименование статьи	2015 (в тысячах рублей.)	2016 (в тысячах рублей.)	Относительное (в процентах)	Абсолютное (тысячах рублей.)
15. Прочие нефинансовые обязательства	745	832	111,68	87
16. Итого обязательства	85 716	90 271	105,31	4555
Собственные средства				
17. Уставный капитал	8 700	8 700	100,00	0
18. Добавочный капитал	12 422	12 422	100,00	0
19. Накопленный дефицит	5 813	3 000	51,61	-2813
20. Итого собственных средств	15 309	18 122	118,37	2813
21. Итого обязательств и собственных средств	101 025	108 393	107,29	7368

Таблица Б2 – Горизонтальный анализ отчета финансовых результатах ООО
«Сетелем Банк» за 2016 и 2017 года.

Наименование статьи	Отчетный период		Отклонение	
	2016 (в тысячах рублей.)	2017 (в тысячах рублей.)	Относительное (в процентах)	Абсолют- ное(тысячах рублей)
Активы				
1. Денежные средства и их эквиваленты	2 755	2 086	24,3	-669
2. Обязательные резервы в Банке России	31	33	6,5	2
3. Средства в банках	0	4 501	0,0	4 501
4. Кредиты клиентам	104 061	122 837	18	18 776
5. Основные средства и нематериальные активы	757	823	8,7	66
6. Прочие финансовые активы	555	833	50,1	278
7. Прочие нефинансовые активы	234	308	31,6	74
8. Итого активов	108 393	131 421	21,2	23 028
Пассивы				
9. Средства банков	75 173	95 394	26,9	20221
10. Средства физических лиц	5 165	5 165	0	0
11. Средства корпоративных клиентов	387	545	40,83	158
12. Субординированные займы	7 270	7 237	0,45	-33
13. Отложенные налоговые обязательства	0	411	0,00	411
14. Прочие финансовые обязательства	1 444	1 682	16,48	238
15. Прочие нефинансовые обязательства	832	880	5,77	48
16. Итого обязательства	90 271	111 314	23,31	21043
Собственные средства				

Окончание Приложения Б2

Наименование статьи	2016 (в тысячах рублей.)	2017 (в тысячах рублей.)	Относительное (в процентах)	Абсолют-ное (в тысячах рублей)
17. Уставный капитал	8 700	8 700	0	0
18. Добавочный капитал	12 422	12 422	0	0
19. Накопленный дефицит	3 000	1 015	-66	-1985
20. Итого собственных средств	18 122	20 107	10,95	1985
21. Итого обязательств и собственных средств	108 393	131 421	21,24	23028