

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«Южно-Уральский государственный университет
(национальный исследовательский университет)»
Институт открытого и дистанционного образования
Кафедра «Современные образовательные технологии»

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Заведующий кафедрой
_____ А.В. Прохоров
_____ 2021 г.

Анализ рынка интернет-банкинга

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
ЮУрГУ – 38.03.01.2021.11423. ВКР

Руководитель работы
доцент кафедры СОТ
_____ Д.В. Подшивалов
_____ 2021 г.

Автор работы
студент группы ДО–519
_____ Е.А. Усенко
_____ 2021 г.

Нормоконтролер
ст. преподаватель кафедры СОТ
_____ Е.Н. Бородина
_____ 2021 г.

Челябинск 2021

АННОТАЦИЯ

Усенко Е.А. Анализ рынка интернет-банкинга. – Челябинск: ЮУрГУ, 2021, ДО–519, 97 с., 25 ил., 31 табл., библиогр. список – 50 наим., 19 л. плакатов ф. А4.

Актуальность выбранной темы заключается в том, что сегодня Интернет-банкинг выступает одним из наиболее прогрессирующих сервисов. Она позволяет при помощи сайта банка осуществлять виртуальное общение с банком, получать информацию по счетам, выполнять различные финансовые операции 24 часа в сутки. С новыми возможностями пропадает необходимость посещать отделения банка, для этого достаточно иметь компьютер или же другое устройство, имеющее доступ в Интернет.

На сегодняшний день Интернет-банкинг превратился в обыденный инструмент для повседневной работы. Теперь, прежде чем выбрать банк, у клиентов появилась возможность оценить, как условия предлагаемых продуктов, так и функциональность, и привлекательность его систем дистанционного доступа.

Цель работы – анализ рынка Интернет-банкинга АО «Райффайзенбанк».

Предметом работы является Интернет-банкинг АО «Райффайзенбанк».

Объектом работы является АО «Райффайзенбанк».

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА РЫНКА ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГА.....	7
1.1 Сущность, виды и принципы анализа рынка интернет-банкинга.....	7
1.2 Методика анализа и оценки эффективности деятельности на рынке интернет-банкинга.....	31
2 АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГА АО «РАЙФФАЙЗЕНБАНК».....	38
2.1 Качественный анализ Интернет-банкинга АО «Райффайзенбанк».....	38
2.2 Сравнительный анализ Интернет-банкинга АО «Райффайзенбанк».....	54
2.3 Анализ эффективности Интернет-банкинга АО «Райффайзенбанк» по модели ТСО.....	65
3 РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО ПОВЫШЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГА АО «РАЙФФАЙЗЕНБАНК».....	71
3.1 Проблемы и направления развития Интернет-банкинга АО «Райффайзенбанк».....	71
3.2 Расчет и оценка эффективности предложенных рекомендаций...	78
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	78
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	88
ПРИЛОЖЕНИЯ	91
ПРИЛОЖЕНИЕ А. Данные бухгалтерской отчетности АО «Райффайзенбанк».....	91

ВВЕДЕНИЕ

В современных условиях развитие банковского бизнеса неразрывно связано с автоматизацией, внедрением новейших технических средств и передовых банковских технологий по продвижению на рынок банковских продуктов и услуг, а также с поиском инструментов, которые повышают привлекательность банковских услуг, чему способствуют инновации.

На данном этапе развития России становится очень актуальным и выгодным использование всех возможностей современного развития технологий, во всех сферах экономики, хозяйства и т. п. Нельзя не заметить необходимость в использовании российскими банковскими структурами новой информационной среды – глобальной сети интернет, которая стремительно превращается в «абсолютный» рынок. Правильно используя предоставленные интернетом возможности, можно ускорить развитие практически любого вида бизнеса, в частности оптимизировать и усовершенствовать осуществление безналичных платежных расчетов. Это приведет к повышению скорости и качества обслуживания безналичных платежей клиентов, и, как следствие, банки, которые будут иметь развитую и современную систему обслуживания клиентов, конечно, повысят свой рейтинг.

Составляющими этой сферы бизнеса является электронная коммерция и интернет-банкинг. Благодаря всемирной сети – Интернет, которая вошла в нашу жизнь и стала повседневной необходимостью, в банках появился Интернет-банкинг, характеризующий себя как система управления банковскими счетами в режиме онлайн.

Интернет-банкинг – это одна из наиболее быстро развивающихся сфер на сегодняшний день в нашей стране. История развития этой отрасли не всегда была однозначной и лишь после широкого её применения в западных странах она начала широко распространяться и в России. Предполагалась дальнейшая основная работа в самих отделениях банка, однако быстрорастущая конкуренция среди представителей финансовой сферы требовала новых решений.

В условиях современной, рыночно ориентированной экономической системы, на передний план выходит необходимость исследования коммерческих банков ввиду роста банковской конкуренции.

Банковская конкуренция представляет собой специфический процесс, который являет собой соперничество кредитных организаций между собой по поводу наиболее благоприятного места на рынке предоставления банковских услуг и банковских продуктов.

Банковская конкуренция обостряется также в современных условиях ввиду того, что на российском рынке отечественные банки конкурируют как друг с другом, так и с зарубежными банками.

Для того чтобы привлекать все новых и новых клиентов банкам необходимо было создавать преимущества для потенциальных потребителей их услуг. Одним из таких нововведений в определённый момент и стала сфера Интернет-банкинга как наиболее перспективная ветвь развития технологий в сфере финансов. Бурное

развитие Интернет-банкинга позволило многим западным группам открывать собственный бизнес на территории России. Это в свою очередь породило давно ожидаемую конкуренцию.

После прихода западных лидеров отечественные банки начинали отчётливо понимать, что без дополнительных условий и комфортных для клиента нововведений они не смогут конкурировать с опытными игроками данного сегмента.

Российскому банковскому сообществу удалось устоять и даже показать достаточно хорошие результаты. Благодаря большому содействию правительства по отношению к отечественным представителям финансовой индустрии сфера Интернет-банкинга продолжала развиваться и к концу 2014 года уже клиенты начали оценивать достоинство и надёжность банка по тому, присутствует ли среди прочих его услуг Интернет-банкинг. К этому времени уже более 85 % всех банков как национального, так и регионального масштабов имели в своём арсенале хорошо сбалансированную и надёжную систему Интернет-банкинга.

Актуальность выбранной темы заключается в том, что сегодня Интернет-банкинг выступает одним из наиболее прогрессирующих сервисов. Она позволяет при помощи сайта банка осуществлять виртуальное общение с банком, получать информацию по счетам, выполнять различные финансовые операции 24 часа в сутки. С новыми возможностями пропадает необходимость посещать отделения банка, для этого достаточно иметь компьютер или же другое устройство имеющее доступ в Интернет.

На сегодняшний день Интернет-банкинг превратился в обыденный инструмент для повседневной работы. Теперь прежде чем выбрать банк, у клиентов появилась возможность оценить, как условия предлагаемых продуктов, так и функциональность, и привлекательность его систем дистанционного доступа.

Цель работы – анализ рынка Интернет-банкинга АО «Райффайзенбанк».

Для решения поставленной цели были поставлены следующие задачи:

- изучить теоретические основы анализа рынка Интернет-банкинга;
- провести анализ и оценку эффективности Интернет-банкинга АО «Райффайзенбанк»;
- разработать рекомендации по повышению эффективности Интернет-банкинга АО «Райффайзенбанк».

Предметом работы является Интернет-банкинг АО «Райффайзенбанк».

Объектом работы является АО «Райффайзенбанк».

Изучению проблем, связанных с управлением Интернет-банкингом, посвящены работы многих отечественных и зарубежных ученых, на трудах которых базируется выполненное исследование. Ими исследованы и решены многие теоретические и прикладные задачи, обусловленные содержанием работ по управлению Интернет-банкингом. В результате выполнения работы были использованы труды таких авторов как Дьякова О.Н., Кириченко Л.П., Кудряшов В.С. и др.

При подготовке работы были использованы такие информационные источники как специализированная профессиональная литература, материалы из СМИ, данные Интернет-ресурсов.

Структура работы состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников.

Во введении обосновывается актуальность темы исследования, определяются степень ее разработанности, объект, предмет, цели и задачи исследования, его теоретико-методологические основы.

В первой главе изучаются теоретические основы анализа рынка Интернет-банкинга, в частности, рассматривается сущность, виды и принципы анализа рынка Интернет-банкинга и методика анализа и оценки эффективности деятельности на рынке интернет-банкинга.

Во второй главе проводится анализ и оценка эффективности Интернет-банкинга АО «Райффайзенбанк».

В третьей главе производится разработка рекомендаций по повышению эффективности Интернет-банкинга АО «Райффайзенбанк», а также рассчитывается экономическая эффективность предложенных рекомендаций.

В заключении работы сделаны выводы по теме исследования, а также даны рекомендации научно-практического характера.

Теоретико-методологической основой исследования явились фундаментальные теоретические положения современной экономики. Ключевыми методами исследования послужили системный анализ и проблемно-ориентированный подход как разновидность структурно-функционального анализа. Использовались такие методологические приемы как сравнение, анализ и синтез, индукция и дедукция.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА РЫНКА ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГА

1.1 Сущность, виды и принципы анализа рынка интернет-банкинга

В настоящее время одним из важных критериев работы банковских структур выступает оперативная обработка информации, в том числе с целью быстрого перераспределения денежных потоков, осуществления платежей. Конкурентная среда на банковском рынке требует от банков формирования конкурентных преимуществ, в качестве которых можно рассматривать развитие информационных технологий, внедрения инновационных проектов.

В России значительное количество банков заинтересовано в росте качества обслуживания своих клиентов, но при этом, услуги должны быть конкурентными и по цене, что определяет необходимость оптимизации операционных расходов.

Современные подходы в банковской сфере способствуют развитию дистанционного банковского обслуживания (ДБО), которое позволяет решить обе обозначенные выше задачи: повысить качество обслуживания и сократить издержки.

Рассмотрим понятие «дистанционное банковское обслуживание». Присутствует схожесть определения ДБО различными авторами (таблица 1).

Таблица 1 – Подходы различных авторов к определению понятия ДБО

Автор	Содержание понятия ДБО
1	2
Г.Н. Белоглазова, Л.П. Кроливецкая, В.М. Усокин	«Возможность осуществления, клиентом банковских операций, находясь вне его пределов, с использованием различных каналов телекоммуникаций» [4, с. 147]
В. В. Трофимов	«Пользование банковскими услугами (банковскими продуктами) на расстоянии, другими словами отсутствие надобности в непосредственном контакте с сотрудником банка – из дома, офиса, автомобиля и т. д. (так называемый «homebanking»)» [40, с. 117]
К. Сумманен, А. Ванин	Это технология проведения операций, не требующая визита клиента в банк [9, с. 46]
В.П. Жарковская	«Оказание банковских услуг не в банковском офисе при непосредственном контакте клиента и банковского работника, а на дому, в офисе клиента, то есть везде, где это удобно последнему» [15, с. 275]
Э.А. Уткин	«Возможность предоставления банковских продуктов (оказание банковских услуг) на расстоянии, вне офиса банка, без непосредственного контакта клиента с сотрудниками банка» [41, с. 143]

Окончание таблицы 1

1	2
И.А. Резник	«Оказание банковских услуг (предоставление банковских продуктов) на расстоянии, без посещения клиентами офиса банка, без непосредственного контакта с сотрудниками банка – из дома, офиса, автомобиля и т. д.» [32, с. 115]
В. Черкасов	Технология, применяемая банком при которой осуществление банковских операций не требует личного присутствия клиента [43, с. 235]

Можно сделать вывод, что при определении ДБО все авторы сходятся на такой его характеристике как удаленное обслуживание клиента путем использования средств ИКТ.

В целом, существует два подхода [2, с. 75]:

- узкое: ДБО – предоставление банком услуг с применением программно-аппаратного обеспечения;
- широкое: ДБО – сегмент банковского рынка.

В рамках настоящего исследования, наиболее полным и в тоже время емким представляется следующий подход, раскрывающий ДБО, как систему банковских услуг, оказываемых удалённо.

Основу ДБО составляет обмен информацией, осуществляемый между банком и его клиентом. Условиями данного обмена выступает высокий уровень безопасности и конфиденциальности, которые должны быть обеспечены банком.

Банки заинтересованы в развитии системы ДБО, так как данная система дает возможность увеличить прибыльность и рентабельность услуг, повысить лояльность клиентов к банку, привлечь новых клиентов. Банки, для повышения своей конкурентоспособности на рынке, заинтересованы наряду с традиционными услугами, в предоставлении новых, можно сказать инновационных услуг, в которых могут быть заинтересованы клиенты (их часть). Таким образом, формируются новые банковские продукты и услуги принципиально иного уровня. Данный подход позволяет развивать банковский продукт, направлен на повышение уровня удовлетворенности клиента, его финансовых, социальных и иных запросов к банковскому сектору [5, с. 36].

Итак, развитие банковской системы неразрывно связано с ДБО, которое основано на технологиях электронного банкинга (e-Banking). Расширяются каналы и способы передачи финансовой информации, что дает возможность реализовывать различные технические решения в банковской сфере, развивать качество и уровень банковского обслуживания, оптимизировать финансовые и временные затраты [6, с. 5].

Система ДБО имеет различные возможности, главная из них – развитие розничного банковского рынка. Суть ДБО заключается в том, что клиент обращается в отделение банка, заключает договор банковского обслуживания и в

дальнейшем вся связь с банком, операции, обмен информацией и отдельными документами осуществляется дистанционно. Это позволяет увеличить объем операций, количество клиентов и снять территориальные барьеры для осуществления банковских операций, повысить оперативность и удобство работы с банком.

Очень важно доверие граждан к финансово-кредитной системе в целом, к банкам, в частности. Активное использование технологий в повседневной жизни, их широкое распространение, привели к тому, что все более актуальными становятся эти технологии во всех сферах, в том числе и в рамках оказания банковских услуг [210, с. 511].

Система ДБО предусматривает много возможностей для развития бизнеса в банковской сфере. Как и любая другая система, она состоит из элементов, которые можно классифицировать по различным критериям.

ДБО можно разделить по двум признакам (рисунок 1):

- по субъектам обслуживания;
- по каналам связи клиента с банком.

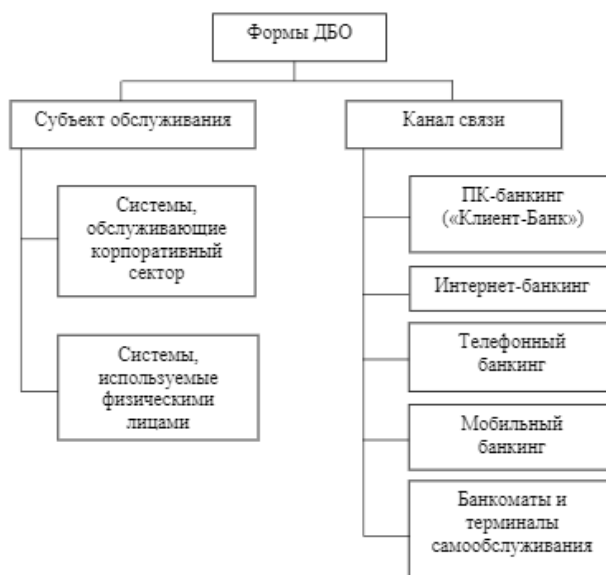


Рисунок 1 – Формы дистанционного банковского обслуживания [11, с. 33]

По первому критерию можно выделить следующие группы [8, с. 129]:

- работа с юридическими лицами, корпоративными клиентами;
- работа с физическими лицами, индивидуальными клиентами.

По критерию «канал» ДБО различают:

- ПК-банкинг (PC-banking) или система «Клиент-Банк» – предусматривает установку специального программного обеспечения на ПК клиента с целью организации связи с банком;
- интернет-банкинг (Internet-banking) – связь с банком осуществляется через Web-браузер, который установлен на ПК клиента;
- телефонный банкинг (Phone-banking) – связь с банком осуществляется через телефон;

- мобильный банкинг (Mobile-banking) – связь осуществляется через мобильное устройство посредством SMS-сообщений (SMS-banking, WAP-banking, GPRS-banking);
- банкоматы (ATM-banking) и терминалы самообслуживания.

Рассмотрим отдельные каналы дистанционного банковского обслуживания более подробно.

Система «Клиент-Банк» предусматривает установку на ПК специального программного обеспечения. Оно устанавливается на ПК участников, как клиентов (для хранения собственных данных), так и банков (для хранения данных всех клиентов). Связь формируется путем прямого соединения с сервером банка с использованием модемного устройства [7, с. 576].

Система «Клиент-Банк» имеет достаточно много преимуществ, в частности:

- экономия средств на банковские операции;
- экономия времени на банковские операции, расчетно-кассовое обслуживание;
- удобный интерфейс для клиента;
- автоматизация операций на основе справочников;
- ведение архивов;
- конвертация расчётных операций и данных бухгалтерского учета;
- защита информации (электронно-цифровой подписью и методами криптографического шифрования).

Однако нельзя и не упомянуть о недостатках рассматриваемой системы:

- остатки по счетам обновляются только в период сеанса связи с банком, а не по факту;
- работа в системе возможна только через персональный компьютер, что ограничивает мобильность системы.

Данные недостатки могут быть устранены путем применения систем нового поколения, основанные на возможностях глобальной компьютерной сети Интернет.

Телефонный банкинг – канал предоставления дистанционных банковских услуг, основанный на использовании телефона. При помощи телефона клиент имеет возможность управлять своими счетами и получать информацию об их состоянии.

Необходимо отметить и такое преимущество телефонного банкинга как высокая мобильность, ведь клиент не привязан к конкретному географическому положению [12, с. 162].

Таким образом, преимущества телефонного банкинга следующие:

- оперативная и удобная связь с банком;
- доступ к информации по счетам может быть обеспечен в кратчайшие сроки;
- широкий перечень услуг.

В основе телефонного банкинга – звуковой метод передачи информации. Клиент связывается с банком по телефону либо через оператора, либо через автоматизированные системы, которые позволяют осуществлять автоматическое обслуживание.

Недостатки телефонного банкинга:

- стоимость голосового трафика;
- восприятие информации на слух.

Мобильный банкинг – канал дистанционного банковского обслуживания, дает возможность осуществлять расчетные операции, управлять счетами удаленно через Интернет-канал, либо посредством SMS-сообщений.

Мобильный банкинг можно разделить на два вида [13, с. 145]:

- SMS-банкинг;
- Интернет-банкинг.

SMS-банкинг был основным видом мобильного банкинга до тех пор, пока применение смартфонов не стало повсеместным.

Интернет-банкинг в данной форме дистанционного банковского обслуживания проявляется путем загрузки специального приложения на мобильное устройство, которое имеет урезанный функционал, а также адаптирован под размеры мобильных устройств и их операционные системы.

SMS-банкинг дает возможность клиенту производить различные операции, обеспечивает доступ к информации по счету.

Преимущества SMS-банкинга перед другими каналами ДБО заключаются в следующем:

- получение информации о счете в режиме реального времени;
- полная информация о счете и операциях (по расходу/приходу);
- удобство взаимодействия – через короткую команду (USSD).

Мобильный банкинг дает возможность клиенту:

- получать смс-уведомления о проведенных операциях (пополнение или списание денежных средств);
- получать выписку о последних совершенных операциях;
- блокировать карту;
- получать сведения о текущем балансе на карте; –делать запрос на перевыпуск карты;
- получать уведомления о сроках и сумме платежей по кредитам, об истечении срока депозита;
- осуществлять перевод денежных средств между своими картами;
- оплачивать различные счета и мобильную связь;
- оплачивать с помощью мобильного устройства товары и услуги.

WAP-банкинг использует специальный протокол WAP (WirelessApplicationProtocol), который позволяет передавать данные я из сети Интернет на дисплей мобильного устройства. На основе WAP-браузера клиент получает данные с сайта банка, осуществляет с ним обмен информацией, в том числе на основе запросов [18, с. 205].

GPRS-банкинг применяется с целью осуществления обмена информацией с банком по сети мобильной связи GPRS (General Packet Radio Service). Сервис GPRS является настройкой в сети мобильной связи GSM и дает возможность клиентам

мобильной связи обмениваться данными с другими пользователями в сети GSM и с внешними сетями, в том числе сети Интернет [21, с. 35].

В рамках GPRS-банкинга можно выделить системы двух видов:

- системы с «толстым» программным обеспечением – предусматривает взаимосвязь приложения с операционной системой абонентского устройства и обеспечивает защиту данных;
- системы с «тонким» программным обеспечением предусматривают стандартный Web-браузер, работающий в нескольких вариантах.

Достаточно широкое распространение получило обслуживание клиентов через банкоматы и терминалы, которые также можно рассматривать как форму ДБО. В данном случае операции выполняются клиентом. Можно сказать, что они выступают «переходным этапом». Люди пожилого возраста, а также те клиенты банка, которые не имеют опыта общения с банкоматами и терминалами и не хотят его нарабатывать, относятся к ним с недоверием. Как правило, самостоятельно осуществить ту или иную операцию они не могут, поэтому предусмотрено в настоящее время большое количество консультантов в офисах банка. Можно сказать, что осуществляется процесс обучения клиентов работе с терминалами.

В свою очередь молодые, современные люди, осуществляют операции дистанционно, в частности через интернет-банкинг, поэтому также ограничено пользуются терминалами. Они используют банкоматы, в большей части, для снятия наличных средств [22, с. 147].

Однако банкоматы и терминалы предоставляют возможность обслуживания клиентов, и осуществлять операции с наличными денежными средствами, и в этом их основное преимущество. Если клиент осуществляет операции с использованием наличных средств, то возможные следующие формы обслуживания: через банкоматы, терминалы самообслуживания (POS-терминалы) и импринтеры [25, с. 50].

Итак, дистанционное банковское обслуживание позволяет оперативно взаимодействовать с банком, снимает вопросы доступности к отделению банка, территориальной отдалённости клиента от банка. Но в этих преимуществах и кроются основные риски, которые заключаются в возможных финансовых потерях клиента. Один из наиболее значительных рисков заключается в управлении ликвидностью банка, когда в условиях открытого сетевого взаимодействия банк не будет иметь достаточных средств для выполнения расчетных операций. Высокий риск хищений и оттока финансовых ресурсов со счетов банка, в том числе несанкционированных переводов денежных средств. Также важно учитывать риски, связанные со сбоями в работе программы, выходом из строя аппаратов и пр.

Понятие «банкомат» и «терминал» закреплены в Федеральном законе от 22.05.2003 года № 54-ФЗ «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт» [1].

В России в настоящее время организована достаточно развитая сеть банкоматов и терминалов для населения. Они используются, преимущественно, для снятия и внесения наличных денежных средств. При этом коммерческий сектор испытывает

явный недостаток банкоматов, сюда можно отнести крупные предприятия, сетевые магазины, торговые центры, аэропорты, вокзалы. Это сдерживает рост розничных безналичных платежей. Также необходимо отметить, что существует дисбаланс между количеством банковских карт, которые были эмитированы банком, и терминалами самообслуживания, что негативно сказывается на росте безналичных платежей с использованием банковских карт.

Далее рассмотрим интернет-банкинг, который представляет собой банковскую услугу по осуществлению банковских операций в безналичной форме, на основе применения технологий сети интернет [16, с. 659].

Интернет-банкинг, по сравнению с системой «Клиент-Банк» – дешевле в обслуживании, а также является более доступным для клиентов, так как не требует от него наличие опыта работы со специальными программами, отдельных навыков и знаний. Для работы в системе «Клиент-банк» банком проводится обучение. При этом техническую поддержку Web-браузеров осуществляют их разработчики, что снимает с банков необходимость установки обслуживания специальных программ. Но это не снижает функциональность системы интернет-банкинга, что и способствует его широкому применению. Интернет-банкинг популярен не только среди физических лиц, но и среди представителей малого и среднего бизнеса [24, с. 18].

Практическое внедрение интернет-банкинга берет свое начало с середины 80-х гг. XX века в США и связано с разработкой с созданием системы Home Banking, которая давала возможность вкладчикам проверять свои счета, подключаясь к компьютеру банка через телефон. Постепенно развивая данное направление, в 1994 г. в США Стэндфордским федеральным союзом была введена система перевода денежных средств через интернет. Уже в 1995 г. был создан первый виртуальный банк Security First Network Bank, но данный проект потерпел неудачу, т.к. потенциальные клиенты не доверяли такому новшеству. Первым виртуальным банком в Европе стал Advance Bank, дочернее предприятие банка Dresdner Bank, который начал свою работу в 1996 г. [28, с. 826].

В это же время в экономической литературе появляется новый термин branchlessbank (бесфилиальный) – банк, который функционирует исключительно в Сети, это дистрибьюционная стратегия, которая используется для предоставления клиентам финансовых услуг без использования банковских отделений. Такая розничная банковская схема может как дополнять традиционную схему с банковскими отделениями, так и использоваться отдельно – вовсе без банковских офисов. Первым банком, достигшим успеха в онлайн-банкинге, стал Bank of America. К 2001 г. он стал первым среди всех банков, предоставляющих услугу интернет-банкинга, чья база пользователей этой услугой превысила 2 млн. клиентов. На тот момент эта цифра составляла около 20 % всех клиентов банка. В октябре 2001 г. Bank of America была взята планка в 3 млн денежных переводов, осуществленных с помощью услуги онлайн банкинга на общую сумму более 1 млрд. долл. США. В настоящее время в странах западной Европы и Америки услугами интернет-банкинга пользуются более 50 % всего взрослого населения, а среди совершеннолетних пользователей интернета эта цифра достигает 90 %.

В России развитие интернет-банкинга началось гораздо позже. В 1998 г. Автобанк стал первым банком, который ввел систему управления счетом онлайн. По состоянию на апрель 2017 г. наиболее популярными интернет-банками у населения являются «Сбербанк Онлайн», «Альфа-Клик» Альфа-банка, интернет-банки банков «Тинькофф» и «Русский стандарт». Вместе они охватывают почти 90 % всех пользователей интернет-банкинга в России.

На сегодняшнем этапе компьютеризации подавляющее большинство безналичных расчетов в банковской системе осуществляется в электронной цифровой форме через:

- локальные компьютерные сети (например, при использовании в расчетах системы типа «Банк-Клиент»);
- специальные компьютерные сети (например, при использовании расчетных систем SWIFT, расчетных сетей центральных банков и т. д.);
- глобальную компьютерную сеть Интернет (Интернет-банкинг);
- все каналы доступа – комбинированные платформы: Internet, WAP, телефон (голос, факс, модем).

Наиболее эффективной разновидностью Интернет-банкинга является система «iBank2», которая внедрена и промышленно эксплуатируется в 800 российских банках и филиалах, обслуживая более 500 000 корпоративных и около 300 000 частных клиентов.

Интернет-банкинг как вид электронной экономической деятельности представляет собой предпринимательскую, а также тесно связанную с ней непредпринимательскую деятельность (включая иную не запрещенную законом экономическую деятельность, а также банковскую), осуществляемую в электронной форме с использованием коммуникационных средств в глобальной информационной среде Интернет [26, с. 50].

Интеграция российской банковской системы в мировую, а также конкуренция немислимы без опоры на современные информационные технологии высокого уровня. Важно отметить, что в мировой практике банки все чаще пытаются осуществлять развитие не за счет построения широких филиальных сетей и дополнительных офисов, а за счет внедрения передовых банковских технологий, реализованных в различных методах дистанционного банковского обслуживания клиентов [29, с. 67].

В связи с этим для многих банков развитие электронных банковских услуг стало не просто новым дополнительным банковским сервисом, а стратегическим направлением деятельности. Переход к электронному способу ведения бизнеса – одна из самых значительных тенденций в современном банковском деле.

Ряд факторов, которые оказывают влияние на развитие Интернет-банкинга в России, представлен на рисунке 2.



Рисунок 2 – Факторы, влияющие на развитие интернет-банкинга в России [30, с. 14]

Системы дистанционного банковского обслуживания являются инструментом расчетных систем, которые, в свою очередь, являясь элементом платежной инфраструктуры, играют важную роль в функционировании Национальной платежной системы (НПС). Составляющие элементы НПС наглядно представлены на рисунке 3.

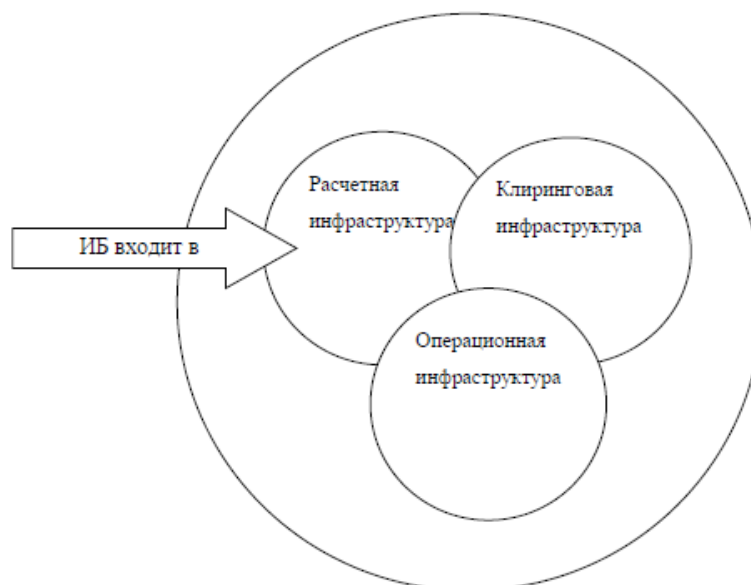


Рисунок 3 – Составляющие элементы НПС [33, с. 81]

Национальная платежная система Российской Федерации представляет собой один из основных компонентов денежно-кредитной и финансовой системы страны, и, следовательно, является важным фактором ее экономического развития. НПС включает в себя все формы институционального и инфраструктурного

взаимодействия в финансовой системе при переводе денежных средств от плательщика к получателю.

В изложении Комитета по платежным и расчетным системам платежная инфраструктура представляет собой «совокупность сетевого оборудования, технологий и процедур для осуществления доступа и операций с платежными инструментами, а также для обработки, клиринга и расчета по соответствующим платежам» [23, с. 267].

В платежную инфраструктуру включаются следующие инфраструктурные элементы:

- операционную инфраструктуру;
- клиринговую инфраструктуру;
- расчетную инфраструктуру.

К операционной инфраструктуре относится та часть платежной инфраструктуры, которая задействована в предоставлении услуг по созданию, подтверждению и передаче платежных инструкций. Такие услуги, в частности, включают следующие процедуры:

- идентификацию и аутентификацию сторон, участвующих в платежной операции, в том числе с использованием технологий шифрования;
- проверку и подтверждение соответствия используемого платежного инструмента стандартам и другим системным требованиям;
- проверку и подтверждение платежеспособности плательщика, в том числе с учетом механизмов обеспечения ликвидности;
- авторизацию перевода денежных средств между финансовыми учреждениями получателя и плательщика;
- учет, хранение и предоставление платежной информации, обрабатываемой в рамках операционной инфраструктуры;
- распространение информации между учреждениями в соответствии с правилами платежных систем.

Клиринговая инфраструктура обеспечивает предоставление услуг по передаче, согласованию и (в некоторых случаях) подтверждению платежных инструкций между финансовыми учреждениями, а также к вычислению межбанковских расчетных позиций.

В рамках клиринговой инфраструктуры осуществляются:

- сортировка и сверка платежных инструкций, относящихся к тем или иным финансовым учреждениям, участвующим в осуществлении платежей;
- сбор, обработка и группировка данных, связанных с осуществлением платежей, по каждому финансовому учреждению;
- подготовка и хранение отчетности по платежам и передача ее каждому финансовому учреждению;
- вычисления позиций по валовому или нетто-расчету (сумм денежных средств, подлежащих уплате или получению) по каждому финансовому учреждению.

Расчетная инфраструктура используется для предоставления услуг по межбанковскому переводу денежных средств [23, с. 268]. Она обеспечивает:

- сбор денежных требований, в соответствии с которыми должны осуществляться расчеты, и проверку их полноты;
 - проверку наличия денежных средств на счетах финансовых учреждений в расчетном банке, необходимых для проведения расчета;
 - осуществление расчета в соответствии с требованиями путем перевода денежных средств по счетам финансовых учреждений в расчетном банке;
 - выполнение учетных записей, относящихся к расчету, и доведение информации об этих записях до сведения заинтересованных финансовых учреждений.
- Интернет-банкинг является частью расчетной инфраструктуры. На рисунке 4 представлена схема платежной инфраструктуры, и выделены только те элементы, которые потенциально можно улучшить при помощи интернет-банкинга. Улучшение данных элементов позволит улучшить платежную систему в целом:
- увеличится надежность и стабильность расчетов, то есть сохранность средств, совершающих движение в процессе расчетов, и гарантированность их перевода получателю;
 - повысится скорость проведения платежей, включая быстроту входа в систему и минимизацию времени обработки, передачи и получения платежных сообщений;
 - минимизируются расчетные, операционные и другие риски.

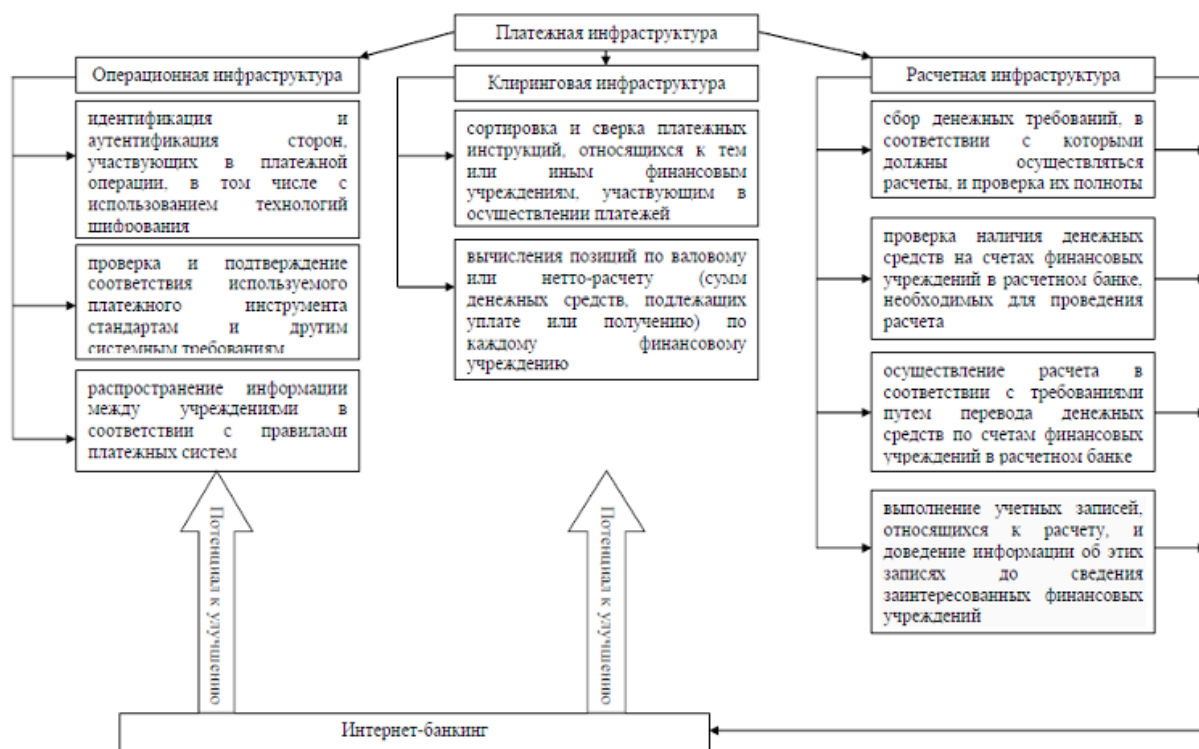


Рисунок 4 – Платежная инфраструктура в России [23, с. 269]

Таким образом, платежная система может стать более быстродействующей, безопасной и экономичной, и предоставлять ее пользователям широкие возможности по маневрированию своими денежными средствами в целях повышения эффективности их использования.

На рисунке 5 представлена система принятия решений клиентом интернет-банкинга. По ней можно сделать вывод о степени соответствия интернет-банкинга

потребностям клиента. Это позволяет разработать показатели оценки интернет-банкинга.

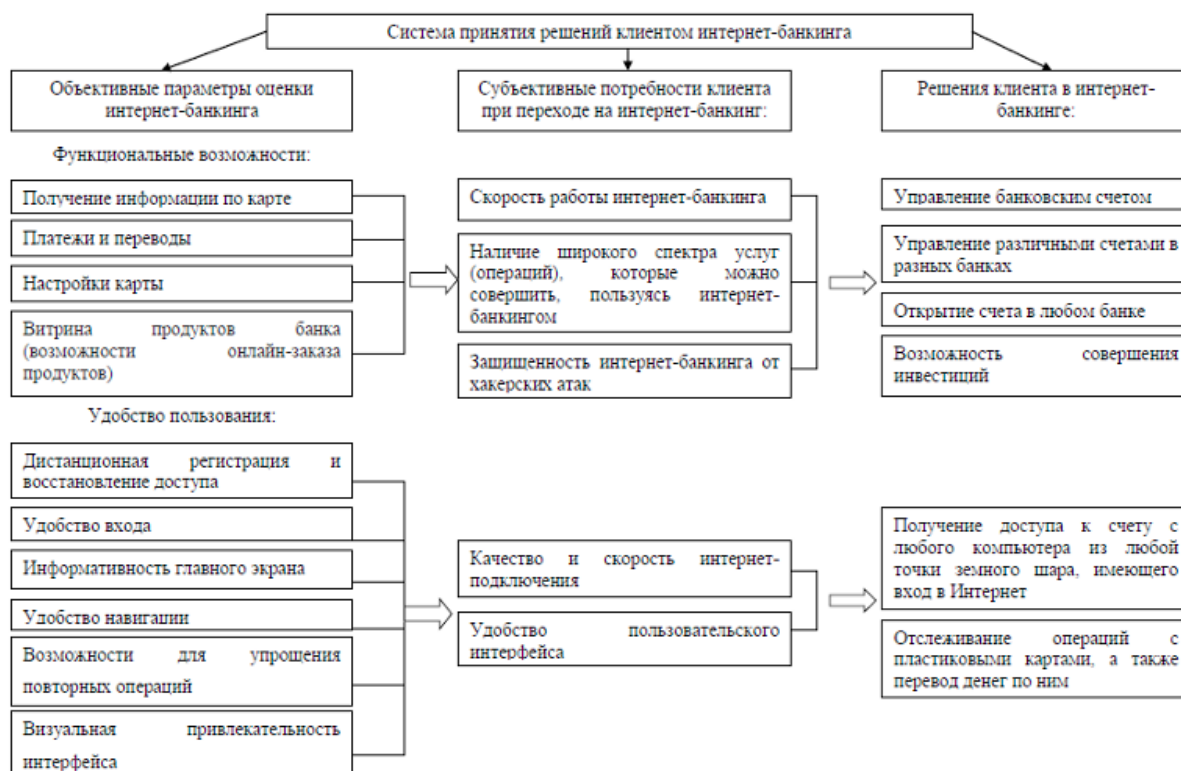


Рисунок 5 – Система принятия решений клиентом интернет-банкинга в России [23, с. 270]

В настоящее время почти половина российских банков используют различные системы дистанционного банковского обслуживания через Интернет. Услуги с помощью Интернет-банкинга предоставляют 58 % российских банков.

Внедрение и использование в банковской деятельности интернет-технологий регулирует Центральный банк России.

Электронные банковские услуги являются неотъемлемой частью электронного бизнеса, и естественно, что интерес со стороны клиентов к различным формам электронного банковского обслуживания неуклонно растет. Тенденция этого роста наглядно прослеживается по данным аналитических исследований. В сложившихся условиях для банка чрезвычайно важно предоставлять своим клиентам перспективные электронные сервисы, одним из которых является интернет-банкинг, занимая тем самым ключевые позиции в инфраструктуре их электронного бизнеса [35, с. 73].

Количество счетов, доступ к которым предоставлен через сеть Интернет, неуклонно растет, чему способствовало применение кредитными организациями современных банковских технологий и технологий дистанционного доступа к счетам.

Удаленное обслуживание привлекает мобильную часть клиентуры, позволяет снизить издержки на экспансию в другие регионы и в будущем, когда Интернет-банкинг станет массовым, обещает принести хорошую выгоду в первую очередь за

счет существенного снижения себестоимости транзакции. При этом основное удобство заключается в том, что клиенты, использующие данную технологию, получают доступ к банковской сети в любой точке мира круглосуточно и постоянно.

Таким образом, Интернет-банкинг представляет собой технологическую систему, которая обеспечивает предоставление дистанционного доступа клиентов к счетам и общей информации о банковских услугах с помощью персонального компьютера или другого устройства с процессором. То есть Интернет-банкинг не является отдельным банковским продуктом, а характеризует способ, с помощью которого совершаются банковские операции.

Для клиента Интернет-банкинг выполняет функцию консалтинга, поскольку позволяет в удобной форме общаться. Для более активных клиентов банк может внедрить систему, которая позволяет участвовать в валютных торгах, в купле-продаже ценных бумаг, в выгодном размещении свободных средств.

Функция автоматизации. Сведение к минимуму однообразных действий при проведении рутинных банковских операций – оплаты ЖКУ и прочих услуг, налогов и т. д.

Функция визуализации доходов и расходов клиента. Для клиента нет необходимости просчитывать вручную свои расходы и доходы, так как в личном кабинете интернет-банкинга появилась возможность графического представления притоков и оттоков средств. Функция экономии средств. Возможность оплатить штраф, налог, услуги интернет-провайдеров, мобильной связи и т. д. позволяет клиенту не только экономить время, но и средства.

Преимущества системы интернет-банкинга представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Преимущества системы интернет-банкинга [36, с. 217]

Для клиента кредитной организации	Для кредитной организации
1 Возможность открыть счет в любом банке	1 Более широкий охват клиентской базы
2 Быстрый и эффективный способ управления банковским счетом	2 Обслуживание системы интернет-банкинга дешевле, чем содержание разветвленной сети филиалов и высококвалифицированного персонала
3 Конкуренетоспособность услуг, предоставляемых с помощью системы интернет-банкинга	3 Для банка исчезает необходимость трудоемкой работы с наличностью
4 Получение доступа к счету с любого компьютера из любой точки земного шара, имеющего вход в Интернет	4 Предложения более конкурентоспособных услуг по привлекательным ценам
5 Возможность одновременного управления различными счетами в разных банках	5 Возможность работы кредитной организации в круглосуточном режиме, совершение операций в режиме реального времени

Окончание таблицы 2

Для клиента кредитной организации	Для кредитной организации
6 Отслеживание операций с пластиковыми картами (любое списание средств с карточного счета оперативно отражается в выписках по счетам), а также перевод денег и пользование услугами Интернет-магазинов	6 Автоматическое отслеживание рисков, возникающих при операциях с клиентами

Интернет-портал Bankir.ru провел опрос своей аудитории о лояльности интернет-банкинга [49].

Исследования показывают, что будущее Интернет-банкинга в России тесно связано с развитием розничного банковского обслуживания. Крупным клиентам важнее эксклюзивный, нестандартный сервис и персональное внимание. В отношении мелких и средних предприятий, предпринимателей и частных лиц обслуживание в системе Интернет-банк более продуктивно, поскольку позволяет предоставить массовый высококачественный и, что очень важно, недорогой сервис.

Также, у пользователей интернет-банкинга заинтересовались о проблемах, с которыми они сталкиваются, используя интернет-банкинг.

Результаты опроса представлены на рисунке 6 и 7.

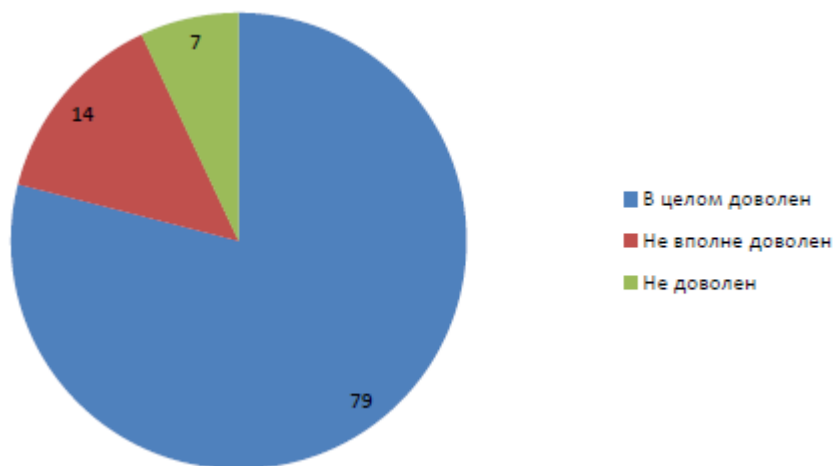


Рисунок 6 – Оценка лояльности клиентов Интернет-банкинга к предоставленному сервису, % [49]



Рисунок 7 – Оценка проблем, с которыми сталкиваются пользователи интернет-банка, % [49]

Анализ тенденций, развивающихся в банковской сфере, говорит о том, что возникли две конкурирующие модели финансовых институтов: традиционные банки и банки, сочетающие традиционные филиальные сети с предоставлением онлайн услуг. Сравнительная характеристика представлена в таблице 3.

Оптимальной моделью будущего представляется новый вид банка, который сможет инкорпорировать два важнейших нововведения: полную интеграцию всех каналов распределения и интеграцию наиболее совершенных инструментов (агрегирование банковских счетов, электронное представление и оплата счетов, финансовое консультирование).

Таблица 3 – Сравнительная характеристика традиционного банка и цифрового [37, с. 175]

Традиционный банк	Цифровой банк
Весь опыт и знания о клиенте сконцентрированы в определенной точке обслуживания, филиале банка	Центром сосредоточения знаний о клиенте и клиентского опыта является сам клиент.
Филиал или офис банка является точкой начала взаимодействия с клиентом	Клиент сам выбирает, как ему удобнее начать взаимодействие с банком, чтобы начать общение не обязательно приходиться в офис
Расстояние до филиала имеет значение, клиент должен иметь возможность физически добраться туда	Клиент может находиться физически где угодно, расстояние до офиса банка не имеет значения
Цифровые сервисы являются продолжением сервисов филиала, где обслуживается клиент	Цифровые сервисы находятся в центре модели обслуживания клиента независимо от филиала
Продукты и сервисы стандартизированы	Продукты и сервисы подгоняются под потребности клиента

Окончание таблицы 3

Традиционный банк	Цифровой банк
Знание о клиенте и опыт обслуживания может быть разным в зависимости от канала обслуживания	Оmnиканальность, опыт и знания о клиенте аккумулируется в одной точке, независимо от канала обслуживания

Перейдем к рассмотрению основных показателей деятельности интернет-банкинга в России.

По данным статистики Центрального банка Российской Федерации, с каждым годом увеличивается количество счетов с дистанционным доступом, открытых в кредитных организациях. Об этом свидетельствуют данные отраженные на рисунке 8.

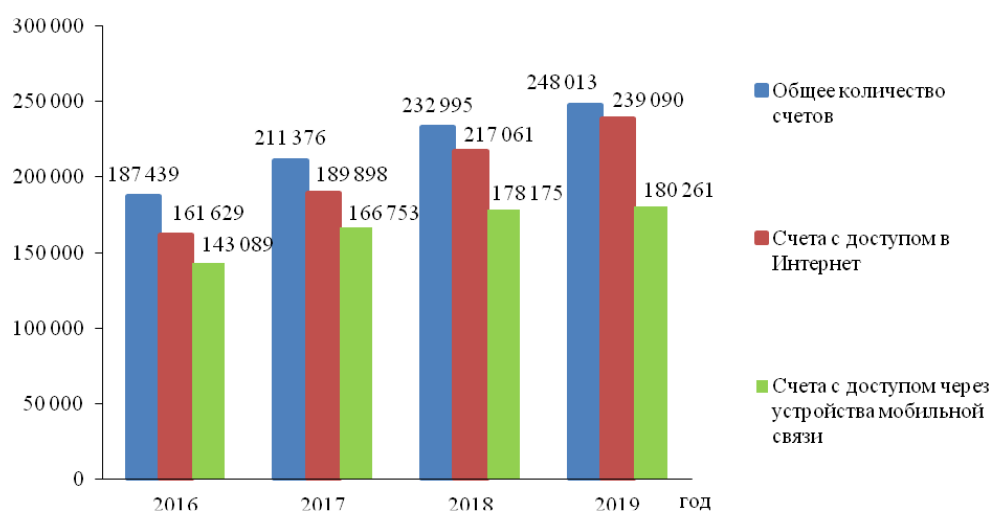


Рисунок 8 – Количество счетов физических лиц с дистанционным доступом, ед. [44]

Также увеличивается доля безналичных операций с платежными картами. На рисунке 9 представлены данные по операциям, совершенным в России с использованием карт российских кредитных организаций. Объем операций по оплате товаров и услуг в 2016 году составил 19,5 %, в 2017 году – 22 %, в 2018 году – 24 %, в 2019 году – 28,5 %. Как видно, этот процент увеличивается, что подтверждает развитие использования технологий ДБО.

Проникновение Интернета среди молодых россиян в последние годы достигло своего пика – 97%. Прирост российской аудитории интернет-пользователей в гаджетах в 2018 году составил 6 млн. человек. Сегодня 56 миллионов россиян в возрасте от 16 лет и старше пользуются Интернетом на своих устройствах (46,6 % от общей аудитории).

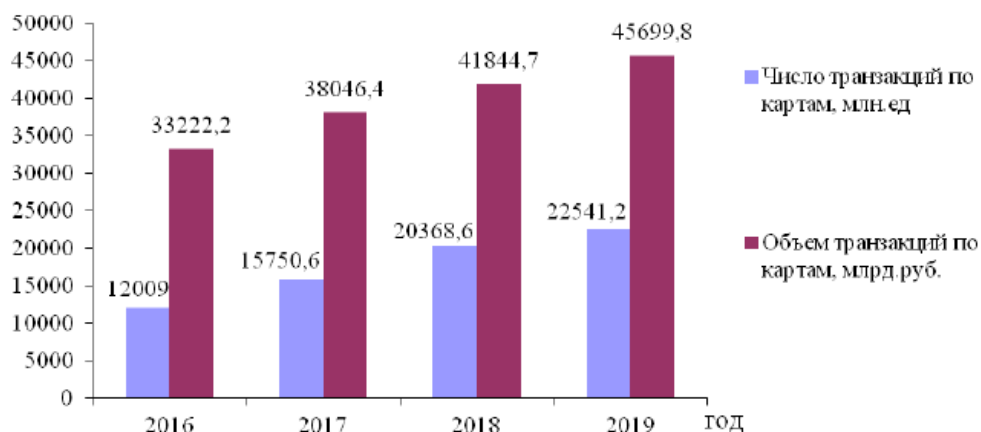


Рисунок 9 – Объем безналичных транзакций по картам [44]

Так, например, по прогнозам исследования Mobile Banking Rank, мобильный банкинг будет иметь следующие направления развития:

- мобильные банки – полноценный инструмент управления финансами;
- онлайн-чат – ключевое направление развития канала обращения в банк;
- развитие приложений для умных часов, которые реализуются как дополнение к мобильному банку для смартфона или планшета;
- постепенное замещение сложных интерфейсов, где клиенту нужно заполнять сложные формы, на сканирование данных;
- популяризация автоплатежей;
- бесконтактные платежи.

Чтобы оставаться конкурентоспособным, банк должен инвестировать в модернизацию, поскольку спрос на онлайн-банкинг как на платежный канал набирает обороты. Статистика, представленная на рисунке 10, показывает, что наблюдается постепенный рост количества пользователей услуг интернет-банкинга и мобильного банкинга, в 2019 году их количество составляет уже 48,2 млн. человек и 21,6 млн. соответственно.

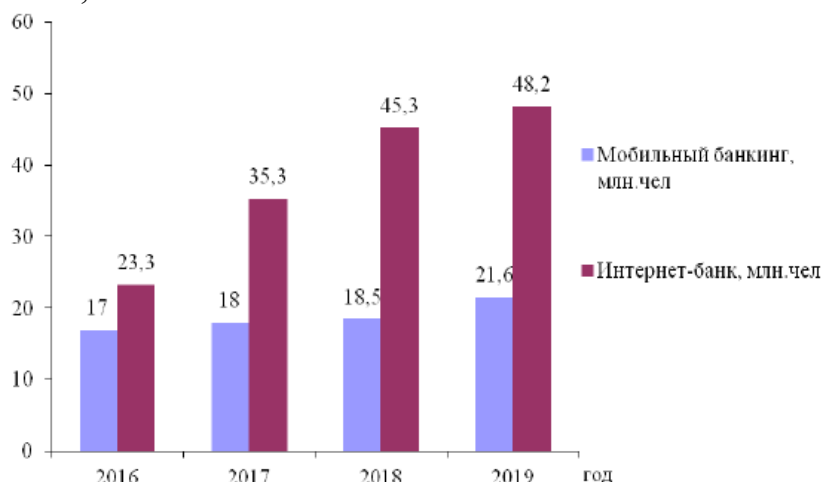


Рисунок 10 – Количество пользователей услуг интернет-банка и мобильного банкинга на территории России [44]

Банковские услуги предоставляются через ряд каналов дистанционного банковского обслуживания, это информационные киоски, интернет-банкинг, мобильный банкинг, колл-центр.

Вот степень соответствия каналов удаленного обслуживания основным требованиям потребителей при оказании банковских услуг [14, с. 67].

1. Функциональность. На данный момент можно отметить высокий потенциал банкоматов и киосков самообслуживания. Однако не все банкоматы технически безупречны; многие до сих пор используются только для раздачи наличных. Киоски самообслуживания не выдают наличные, в отличие от банкоматов, а принимают наличные в качестве оплаты за платежи, сдача, как правило, возвращается в счет мобильного телефона. Мобильный банкинг имеет ограниченный список функций, потому что системы не обладают достаточным уровнем безопасности для выполнения более серьезных функций.

Интернет-банкинг имеет наиболее полный функционал, поскольку имеет больше возможностей за счет наличия личного кабинета. Через мобильный банк также можно войти в личный кабинет, но с использованием интернет-технологий, а не мобильных сервисов, то есть клиент использует смартфон просто как устройство для доступа к своему личному счету.

2. Доступность. Идеальный график работы – 24 часа / 7 дней / 365 дней в году. Этому требованию отвечает только интернет-банкинг и мобильная телефония. Некоторые банкоматы и киоски самообслуживания открыты 24 часа в сутки, но по соображениям безопасности они расположены в торговых центрах, почтовых отделениях или других местах, которые не открыты круглосуточно.

3. Простота использования. К сожалению, часть населения очень раздражается при работе со сложными устройствами и всячески пытается избежать финансовых транзакций с использованием удаленных каналов обслуживания. Это проблема всех удаленных каналов, которые банки решают с помощью мер по повышению финансовой грамотности населения.

4. Качество оказания услуг. Это подразумевает скорость и точность транзакции, интернет-банкинг и мобильный банкинг также имеют преимущества, недостатками является отсутствие связи или подключения к Интернету, в этом случае услуга не может быть предоставлена.

5. Цена, т. е. комиссия, которую платит заказчик за операцию. Банки, желающие развивать каналы удаленного обслуживания, обычно снижают свои комиссии, одновременно увеличивая комиссионные за свои услуги. Подключение к интернет-банку во всех банках бесплатное. Онлайн-банкинг экономит затраты на оплату труда персонала, сокращает финансовые затраты, что позволяет вам предлагать более выгодные цены.

6. Безопасность совершения транзакции. Благодаря тому, что операции в интернет-банке можно совершать, откуда угодно, непосредственной угрозы кражи карты или наличных денег нет. Однако существуют онлайн-риски интернет-транзакций, когда мошенники могут использовать личные данные клиентов, а также взламывать банковские системы, и в этом случае они могут пострадать от учетных записей с доступом в Интернет. Производители банкоматов и разработчики интернет-технологий активно работают над модернизацией своего оборудования в ответ на растущие угрозы со стороны мошенников.

7. Удобство. Работа банков по совершенствованию интерфейса лицевых счетов Интернет-банкинга продолжается, что повышает удобство использования сервиса. Компьютеры обычно находятся в домах или на рабочих местах клиентов, что позволяет им совершать платежи и выполнять другие функции, не посещая офис банка, банкомат или инфокиоск.

Кроме того, не все банки имеют разветвленную сеть банкоматов и киоски самообслуживания, что заставляет клиентов тратить время на их поиск. Также не у всех покупателей есть смартфон, сегодня проще получить доступ к компьютеру, так как последний есть практически в каждом доме [38, с. 2].

Таким образом, очевидно, что интернет-технологии имеют преимущество в банковской системе, обладая большим удобством, доступностью, качеством обслуживания при меньших ценовых параметрах.

Развитие интернет-технологий сопряжено с ростом банковских рисков, одним из которых является рост несанкционированных операций.

Как видно по данным рисунка 11, объем несанкционированных операций со счетов физических лиц постепенно снижается. Однако, несмотря на улучшение показателей, раскрываемость данных преступлений остается на высоком уровне, более 90 %.

Большинство банков в России имеют интернет-сервис и мобильный банкинг. У каждого из них незначительные отличия от собственных тарифов на услуги – стоимости ДБО, которая колеблется от 0,1 % до 1 %. Например, ВТБ взимает комиссию за перевод денег на карту, выпущенную в другом регионе России или в другом банке, а Тинькофф Банк вообще не взимает комиссию, только на переводы свыше 20 тыс. руб.

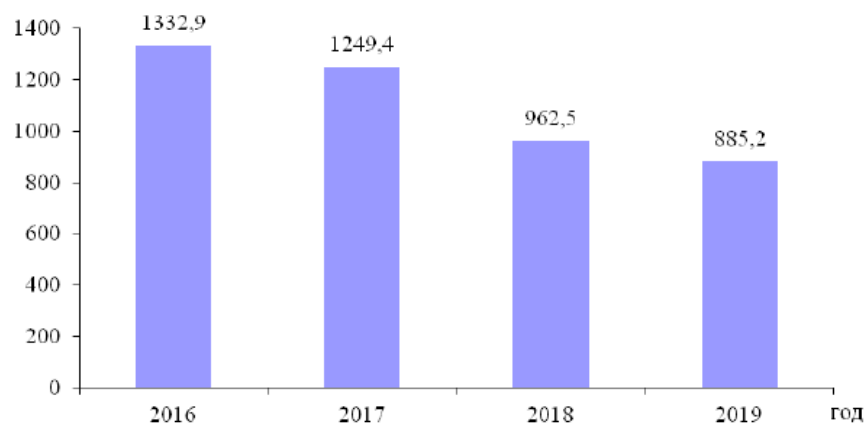


Рисунок 11 – Объем несанкционированных операций со счетов физических лиц, тыс. руб. [44]

В целом по стране мобильным банкингом пользуются более 18 миллионов человек, что составляет около 35% населения России. Аналитическая компания Markswebb Rank & Report проанализировала банки и определила 10 крупнейших банков мобильной связи по количеству пользователей во всей мобильной банковской аудитории (в соответствии с рисунком 12).

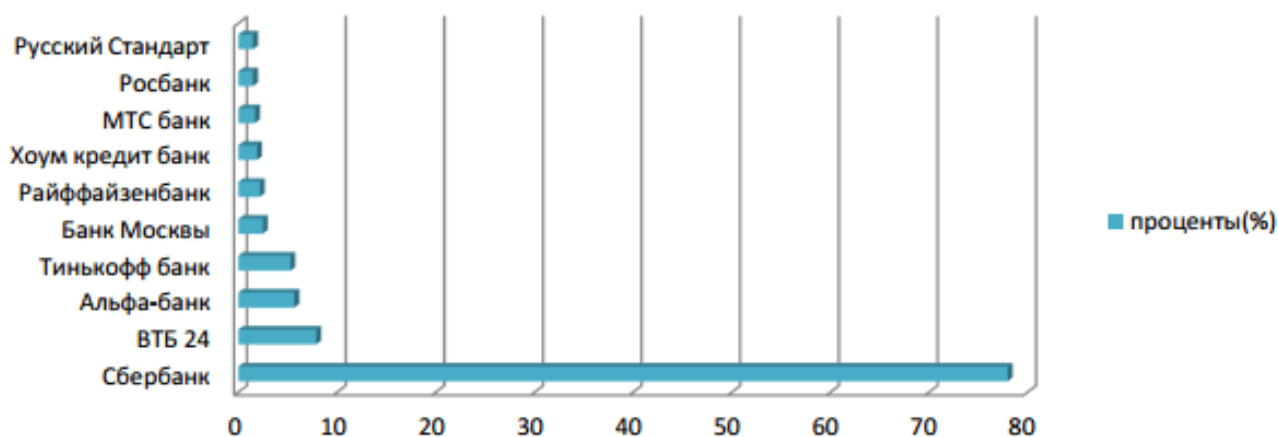


Рисунок 12 – Топ-10 мобильных банков по числу пользователей ко всей аудитории мобильного банкинга на январь 2020 года [46]

Таким образом, в условиях жесткой конкуренции на рынке банковских услуг банки вынуждены наращивать свои конкурентные преимущества, предлагая своим клиентам более качественные услуги. При этом показатели качества услуг расширяются, включают все новые: оперативность, удобство, инновационность.

На начало 2020 года в России интернет-банкингом пользуются 356 банков. Если сравнивать это с 2001 годом, когда в интернет-банкинге работало всего 96 банков, то число таких кредитных организаций значительно увеличилось. Следует также отметить, что количество банков, не использующих интернет-технологии, сокращается. По данным J'Son&PartnersConsulting [50], в 2019 году платежи через немобильный сервис интернет-банкинга в России составили 591 млрд руб. (+ 39% по сравнению с 2015 годом), платежи через систему электронных денег составили 281 млрд. руб., платежи через мобильные дистанционные сервисы составил 24,4 млрд. руб. Эксперты, исследовавшие этот вопрос, прогнозировали, что дальнейший рост Интернета в России будет связан с увеличением числа пользователей в средних и малых городах, и увеличением числа пользователей старших возрастных групп (рисунок 13).

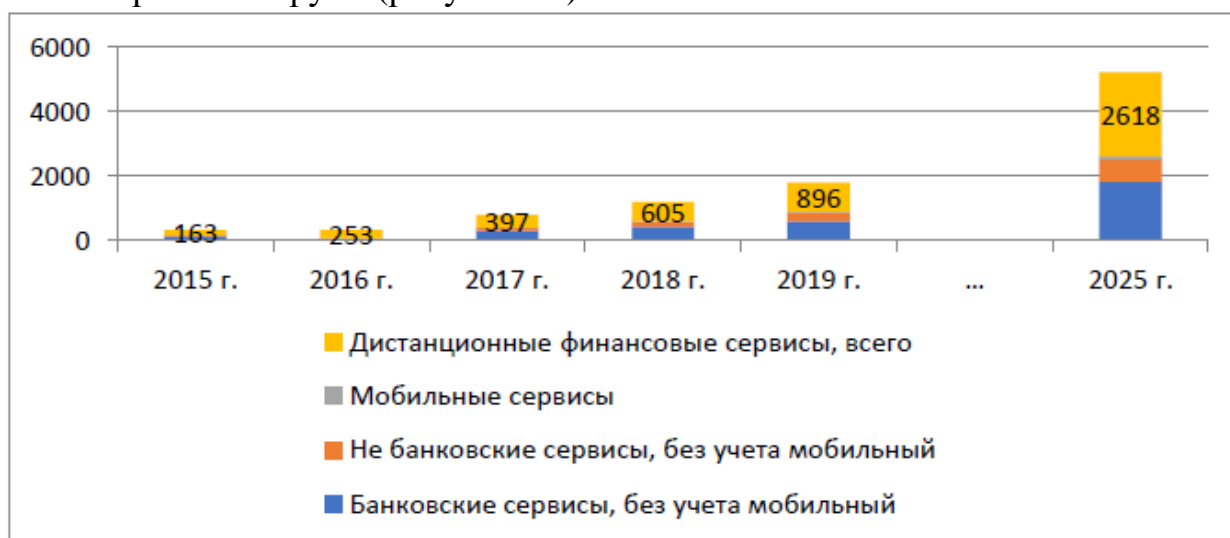


Рисунок 13 – Оборот рынка дистанционных финансовых услуг 2015–2019 (план 2025 г.), млрд руб. [50]

В России 15,4 млн. человек используют интернет-банкинг – это 55% всех активных интернет-пользователей в возрасте от 18 до 64 лет, проживающих в российских городах с населением 100 000 человек (из расчета 28,3 млн. ежедневной интернет-аудитории).

Интернет-банкинг имеет наибольшее проникновение в Москве – 63% московских интернет-пользователей имеют доступ как минимум к одному интернет-банку (рисунок 14). По мере уменьшения размеров города проникновение интернет-банкинга уменьшается, но разница между большими и маленькими городами не так уж значительна.



Рисунок 14 – Доля пользователей интернет-банкинга среди пользователей Интернета по городам [50]

Более половины аудитории интернет-банкинга используют два или более интернет-банка, которые позволяют оценивать и сравнивать качества различных услуг. Почти половина существующих пользователей интернет-банкинга начали пользоваться интернет-банкингом в 2011–2012 годах. Аудитория интернет-банкинга в настоящее время растет на 15–20 % в год, 54 % от общей аудитории интернет-банкинга используют интернет-банкинг как минимум раз в неделю (рисунки 15 и 16).

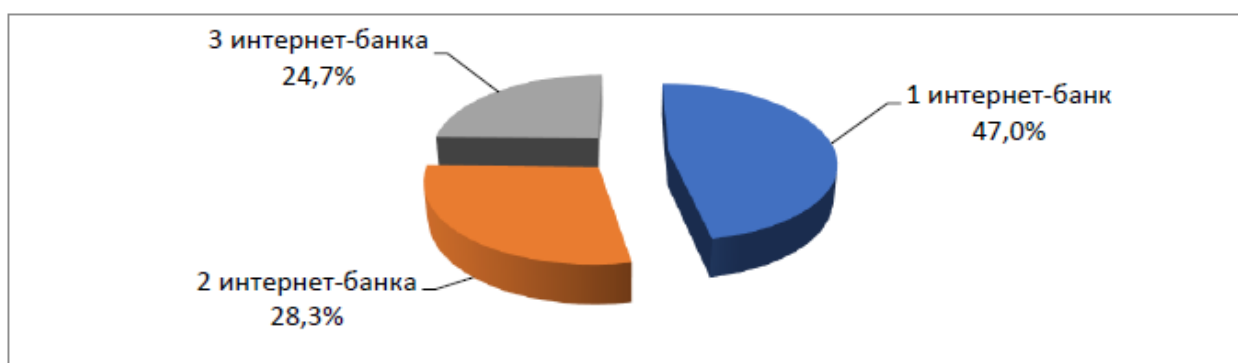


Рисунок 15 – Сегментация пользователей интернет-банкинга по количеству используемых интернет-банков [50]

Самым популярным интернет-банком в России со значительным отрывом от конкурентов является «Сбербанк Онлайн» – 3 из 4 пользователей интернет-банкинга пользуются данной услугой. «Сбербанк Онлайн» также имеет наибольшую долю эксклюзивной аудитории – 46% пользователей не используют другие интернет-банки.

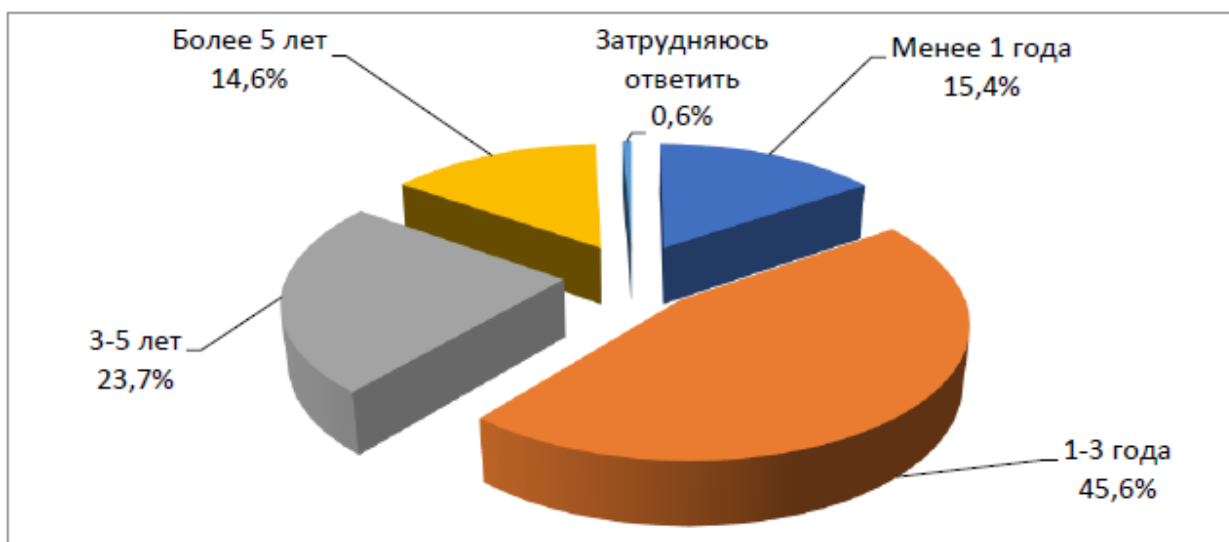


Рисунок 16 – Сегментация пользователей интернет-банкинга по давности использования интернет-банком [50]

Около 38% всех российских пользователей интернет-банкинга пользуются интернет-банкингом таких банков как «Альфа-Банка», «ВТБ24», «Русский Стандарт» и «ТКС Банк». Включая «Сбербанк Онлайн» 5 интернет-банков охватывают почти 90% пользователей интернет-банкинга. Именно эти интернет-банки формируют мнение об интернет-банкинге, привычках и ожиданиях пользователей (таблица 4).

Таблица 4 – Наиболее популярные интернет-банки по доле пользователей интернет-банков [46]

Интернет-банк	Доля рынка, %
Сбербанк России	73,6 %
Альфа-Банк	15 %
ВТБ-24	14,1 %
Русский стандарт	7,8 %
ТКС Банк	5,6 %
Связной Банк	4,2 %
ХоумКредит Банк	4,1 %
Райффайзенбанк	4,1 %
Промсвязьбанк	3,0 %
Банк Уралсиб	2,8 %

Самая популярная задача, которую решают пользователи онлайн-банков – это отображение выписок по счетам и истории операций. Три четверти пользователей интернет-банкинга совершают как минимум одну платежную транзакцию в месяц через интернет-банкинг. Кроме того, наиболее популярными категориями платежей являются мобильные, интернет, переводы между вашими банковскими счетами и оплата счетов за коммунальные услуги (рисунок 13).



Рисунок 13 – Процент пользователей интернет-банка, которые совершили операции в интернет-банке за месяц [46]

Таким образом, если говорить об особенностях обслуживания интернет-банкинга на Западе по сравнению с аналогичными российскими проектами, можно выделить следующие моменты.

Во-первых, система, с помощью которой клиент выполняет все операции, не абстрагируется от веб-сайта банка – у нее нет отдельного имени, пользовательский интерфейс и дизайн аналогичен дизайну интерфейса веб-сайта, система авторизуется с главной страницы банка и т. д.

Во-вторых, регистрация в системе и открытие учетной записи в Интернете могут быть сделаны напрямую через Интернет, не посещая офис банка.

В-третьих, для обеспечения защиты используются только стандартные методы, включая самый распространенный протокол шифрования информации SSL.

В-четвертых, никакой абонентской платы и платы за подключение не существует.

Можно даже смело сказать, что на Западе данный рынок услуг является рынком совершенной конкуренции, соответственно, цены сводятся к издержкам по оказанию данной услуги, а они очень низкие и могут быть покрыты минимальными комиссионными платежами [34, с. 67].

По результатам его развития в России можно сделать вывод, что интернет-банкинг одновременно мало и высоко конкурентен. Так, люди с высоким доходом (более 50 тыс. руб.) составляют всего 19% аудитории интернет-банкинга. И почти половина (43 %) пользователей интернет-банкинга – люди с низким доходом. Более половины аудитории интернет-банкинга используют два или более интернет-банка, которые позволяют оценивать и сравнивать потребительские качества различных услуг. Проникновение интернет-банкинга среди интернет-пользователей значительно возрастает с ростом личных доходов, но пик проникновения приходится на группу с доходом 50–100 тыс. руб. в месяц. Более состоятельные россияне менее охотно используют интернет-банкинг. А самым популярным интернет-банком в России со значительным отрывом от конкурентов

является «Сбербанк Онлайн», он имеет эксклюзивную аудиторию (46 %), которая не использует другие онлайн-банки, что и создает специфику конкуренции данного рынка в нашей стране.

1.2 Методика анализа и оценки эффективности деятельности на рынке интернет-банкинга

Банковское обслуживание клиентов через сеть интернет снижает затраты банка за счет сокращения персонала, уменьшения количества отделений и филиалов банков, т. к. обслуживание через интернет позволяет сильно увеличить число клиентов, освободить часть филиальной сети от операций с физическими лицами [39, с. 19].

Открыть «отделение» в интернете, через которое клиент сможет скачать дистрибутив клиентской части, установки сервера, который будет обслуживать клиентов, создание шлюзов для передачи информации от клиентской части в автоматизированную банковскую систему связано с затратами, но они значительно меньше, чем открытие новых филиалов [42, с. 95].

Использование интернета ведет к увеличению скорости проведения расчетов и экономии средств, т. к. на операции с физическими лицами бухгалтеру требуется не менее часа рабочего времени. В случае проведения расчетов по сети, время на операции сокращается до 15 минут.

При использовании электронного банка для проведения расчетных операций, стоимость обслуживания сокращается за счет снижения себестоимости десятки раз.

В настоящее время для оценки эффективности информационных проектов существует множество методов, которые можно разделить на 3 основные группы: финансовые или количественные, качественные и вероятностные [17, 19, 20]. На рисунке 14 изображена классификация методов оценки экономического эффекта инвестиций в информационные технологии.

Точных рекомендаций, как необходимо поступить в определенном случае, и какой метод из существующих выбрать, не существует. Каждый проект имеет индивидуальность, поскольку существует не только большое разнообразие типов ИТ и специфика внешней среды, которая формируется к моменту реализации проекта, но и есть индивидуальность отдельной организации, конкретный набор продукции и услуг, внутренняя и внешняя стратегия, которая обеспечивает деятельность организации набором бизнес-процессов, особенности клиентской базы.

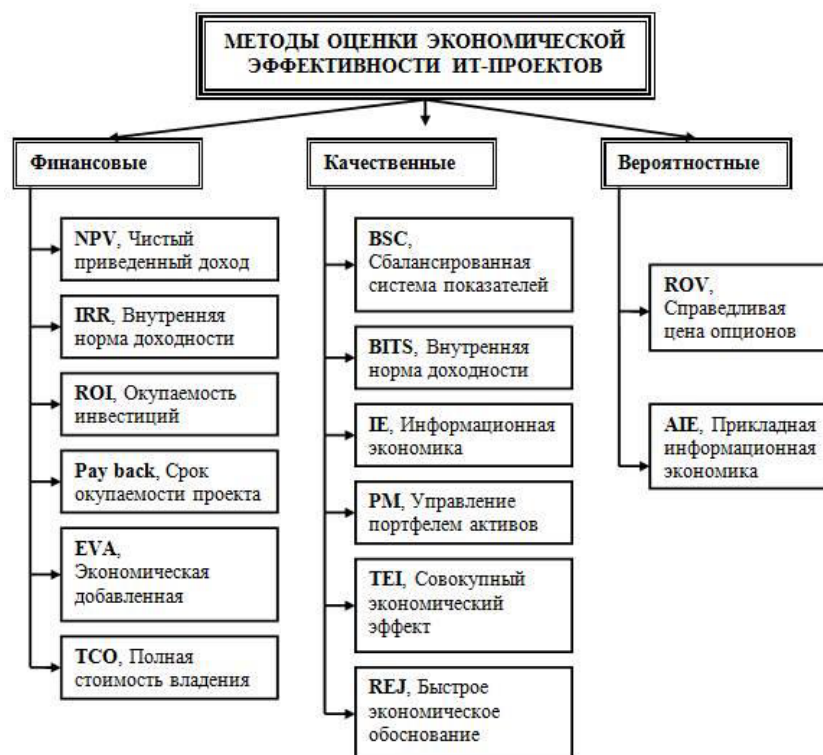


Рисунок 14 – Классификация методов оценки эффективности финансовых вложений в информационные проекты

Каждая из приведенных методик востребована, развивается и совершенствуется. Эти методики содержат эффективные алгоритмы, разработанные на основе лучших практик менеджмента. Применение этих алгоритмов позволяет согласовать ИТ-проекты с бизнес-целями предприятия.

Однако оценивать экономическую целесообразность ИТ – проектов нужно. Как показывает практика, организации не используют какой-то конкретный метод для оценки экономической эффективности. Они используют несколько разных методов, только на основании таких оценок можно принять оптимальное решение, стоит ли внедрять ИТ-проект.

Важно отметить, что достоверный расчёт экономической эффективности очень трудоёмок, а порой даже и невозможен из-за отсутствия учетных данных. При больших масштабах ИТ-проектов такое исследование по определению эффективности выпадает в отдельный «проект», которому уже требуются дополнительные ресурсы и привлечение сторонних специалистов и экспертов.

Оценка инвестиционного проекта не дает полного анализа эффективности при внедрении ИТ, так как они не охватывают всех особенностей ИТ-проектов. Поэтому оценивая эффективность, можно рассматривать их только как первый этап по оценке выгод от внедрения ИТ. Также не используются модели оптимизации, хотя в некоторых случаях их применение целесообразно. Этим предопределена необходимость проведения дальнейших исследований, по развитию и детализации методов по оценке экономической эффективности от внедрения ИТ-проектов.

Для оценки эффективности внедрения интернет-банкинга, необходимо рассчитать затраты на внедрение дистанционного банковского обслуживания

(ДБО), а затем рассчитать и сравните стоимость обслуживания одного клиента при помощи дистанционного банковского обслуживания и в отделении банка.

Для расчета затрат на внедрение и организацию системы интернет-банкинга, может быть использован метод ТСО.

Впервые термин «совокупная стоимость владения» (Total Cost of Ownership – ТСО) был введен Полем Страссманом. Под ТСО он понимал денежные затраты на обслуживание, модернизацию, ремонт, приобретение новых программных продуктов (ПП) для технического средства (например, компьютера), или поддержание в рабочем состоянии ПП (например, базы данных) за все предполагаемое или фактическое время его существования [3, с. 245].

Наиболее простым определением ТСО является следующее: это затраты, связанные с приобретением, внедрением и использованием. При этом необходимо рассматривать первоначальные и последующие затраты, в совокупности определи их как единые затраты на информационную систему в процессе ее создания и эксплуатации.

ТСО первоначально разрабатывалась как средство расчета стоимости владения компьютером на Wintel-платформе и благодаря усилиям Gartner Group и Interpose. Эта методика стала основным инструментом для подсчета ТСО и в других областях компьютерных технологий. Например, сейчас имеются методики расчета ТСО документооборота, различных аппаратных платформ, сетей, ПО. Каждая из методик имеет свою специфику расчета, поэтому приведем лишь общую технологию расчета ТСО.

Затраты на дистанционное обслуживание включают:

- первоначальные инвестиции;
- затраты на текущую работу.

Затраты банка на расчетно-кассовое обслуживание рассчитываются по формуле (1)

$$TCO = I + R_t \cdot T, \quad (1)$$

где I – первоначальные инвестиции;

R_t – период оценки;

T – время эксплуатации, мес.

Первоначальные инвестиции на внедрение ДБО рассчитываются по формуле (2)

$$I_{обо} = I_{po} + I_{dpo} + I_{ob} + I_i + I_{int} + I_{tech}, \quad (2)$$

где I_{po} – стоимость программного обеспечения;

I_{dpo} – стоимость дополнительного программного обеспечения;

I_{ob} – стоимость оборудования;

I_i – стоимость сетей и выхода в Интернет;

I_{int} – стоимость ДБО по интеграции с системами банка;

I_{tech} – стоимость обучения персонала.

Первоначальные инвестиции при открытTM отделения рассчитываются по формуле (3)

$$I_{отд} = I_{pom} + I_{ob}, \quad (3)$$

где I_{rom} – затраты банка на помещение;

I_{ob} – затраты банга на компьютерную технику.

Текущие операционные расходы на кассовое обслуживание включают:
– затраты при использовании ДБО. Рассчитываются по формуле (4)

$$R_t = P_{pod} + Z_p + P_s + P_k, \quad (4)$$

где P_{pod} – оплата по обслуживанию ДБО;

Z_p – заработная плата;

P_s – плата за каналы связи;

P_k – косвенны расходы;

– затраты при открытии отделения банга. Рассчитываются по формуле (4)

$$R_t = Z_p + P_s + P_k. \quad (5)$$

Экономически целесообразно использовать ДБО по сравнению с обслуживанием через офис банка. На дистанционное обслуживание затраты гораздо меньше, чем на классическое.

Далее следует посчитать стоимость на обслуживание одного клиента по системе ДБО и в отделении банка.

Себестоимость операции обслуживания клиентов за месяц определяется по формуле (6)

$$S_{dbo} = \frac{R_t}{Nonl_{(день)}} \cdot 30, \quad (6)$$

где R_t – совокупные затраты на ДБО в месяц;

$Nonl_{(день)}$ – количество операций в день, обслуживаемых в системе ДБО.

Аналогичным способом рассчитывается стоимость проведения одной операции в банковском отделении.

Практические расчеты показывают, что себестоимость операции при дистанционном обслуживании ниже, чем при обслуживании в отделении.

Использование автоматизированной системы экономически оправдано: для обслуживания того же числа клиентов с использованием ДБО, требуются меньшие затраты и объем инвестиций.

При анализе инвестиционной деятельности используются такие критерии как NPV (Net Present Value), PI (Profitability Index), IRR (Internal Rate of Return), PP (Payback Period) и DPP (Discounted Payback Period).

Критерий NPV является наиболее универсальным и предпочтительным при анализе инвестиционных проектов, поскольку именно он характеризует возможный прирост благосостояния владельцев предприятия. Он отражает прогнозную оценку изменения экономического потенциала предприятия в случае принятия рассматриваемого проекта и аддитивен в пространственно-временном аспекте, то есть NPV различных проектов можно суммировать для нахождения общего эффекта.

Критерий NPV предполагает дисконтирование денежного потока по цене капитала проекта, а критерий IRR – по ставке, численно равной IRR [31, с. 117].

Основной недостаток критерия NPV в том, что это абсолютный показатель, а потом он не может дать информации о так называемом резерве безопасности

проекта. При расчете NPV, как правило, используется постоянная ставка дисконтирования.

NPV рассчитывается по формуле (7)

$$NPV = \sum_{t=1}^n C_t \frac{1}{(1+r)^t} - I_0, \quad (7)$$

где C_t – чистый денежный поток по проекту;

I_0 – первоначальные инвестиции по проекту;

r – ставка дисконтирования;

t – период проекта.

Для комплексного анализа проекта PI (индекс доходности), DPP (дисконтированный срок окупаемости) и PP (простой срок окупаемости).

Индекс доходности (PI) характеризует доход на единица затрат.

Индекс доходности есть отношение суммы дисконтированных притоков к сумме дисконтированных оттоков денежных средств по проекту (8)

$$PI = \frac{\sum_{t=1}^n C_t \frac{1}{(1+r)^t}}{I_0}, \quad (8)$$

где C_t – ЧДП по проекту;

I_0 – первоначальные инвестиции по проект;

r – ставка дисконтирования;

t – период проекта.

Простой срок окупаемости – период, за который чистая прибыль от проекта покроет первоначальные капиталовложения.

Критерий PP не позволяет учитывать влияние доходов последних периодов, выходящих за пределы срока окупаемости, и делать различия между проектами с одинаковой суммой кумулятивных доходов, но разным распределением ее по годам.

В отличие от других критериев он позволяет давать оценки (хотя и грубые) рисковости проекта. Простой срок окупаемости по проекту рассчитывается по формуле (9)

$$PP = \frac{I_0}{NP}, \quad (9)$$

где I_0 – первоначальные инвестиции по проекту;

NP – среднегодовая чистая прибыль.

Дисконтированный срок окупаемости – период, за который дисконтированные притоки от проект покроют дисконтированные инвестиции [27, с 137]. Дисконтированный срок окупаемости рассчитывается по формуле (10)

$$DPP = \frac{I_0}{\sum_{t=1}^n C_t \frac{1}{(1+r)^t}}. \quad (10)$$

Индексы дисконтирования рассчитываются на основе ставки сравнения, которая обычно принимается равной средней на текущий период времени ставке

размещения валютных средств банка, и должна предоставляться экономическим подразделением банка.

Таким образом, проанализировав различные методики, представим этапы анализа эффективности деятельности на рынке интернет-банкинга (рисунок 15).

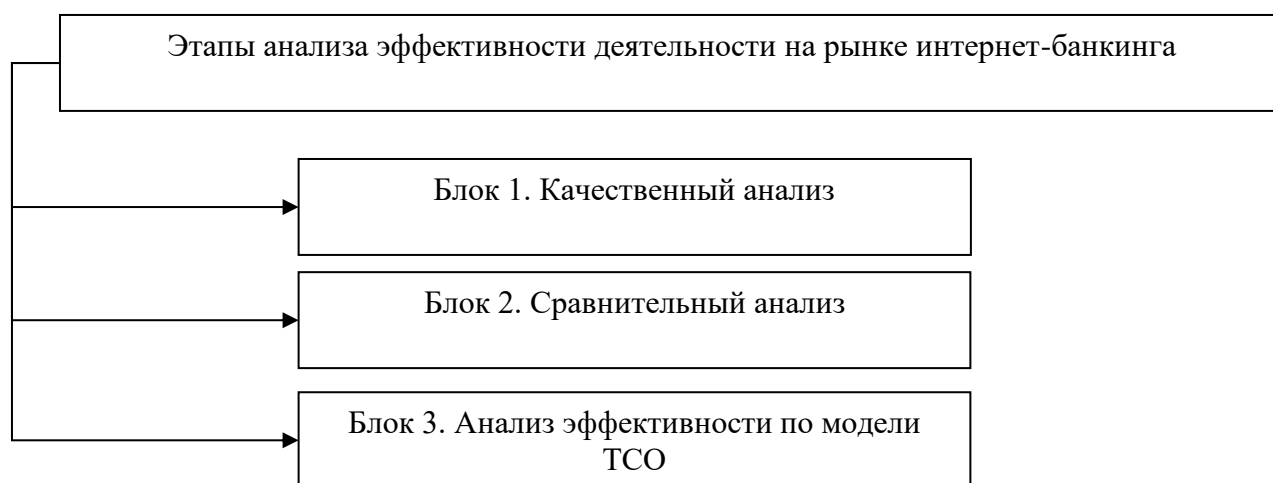


Рисунок 15 – Этапы анализа финансовых результатов предприятия

В результате, выделены следующие этапы анализа эффективности деятельности на рынке интернет-банкинга:

Блок 1. Качественный анализ. На данном этапе предлагается рассмотреть анализ предоставляемых услуг Интернет-банкинга и их функционала.

Блок 2. Сравнительный анализ. На данном этапе предлагается провести сравнение конкретного банка с другими банками в сфере Интернет-банкинга.

Блок 3. Анализ эффективности по модели ТСО. На данном этапе предлагается провести анализ по модели ТСО, представленной выше.

Выводы по разделу 1

Таким образом, одним из важных факторов, характеризующих банковские услуги, выступает их доступность. Доступ к банковским услугам осуществляется через каналы, которые значительно расширяются в рамках дистанционной системы банковского обслуживания. В настоящее время уровень развития дистанционного банковского обслуживания позволяет предоставлять клиенту весь необходимый комплекс банковских услуг. Решаются проблемы территориальной удаленности, при этом услуги оказываются на более выгодных условиях, как для клиентов, так и для самого банка.

Интернет-банкинг – это одна из наиболее быстро развивающихся сфер на сегодняшний день в нашей стране. История развития этой отрасли не всегда была однозначной и лишь после широкого её применения в западных странах она начала широко распространяться и в России. Предполагалась дальнейшая основная работа в самих отделениях банка, однако быстрорастущая конкуренция среди представителей финансовой сферы требовала новых решений.

Интернет-банкинг в целом дает возможность управлять всеми своими счетами, в том числе картами и вкладами, получать необходимую информацию, выполнять

различные операции, расплачиваться за товары и услуги, доступность к расширенной статистике по счетам и вкладам, приобретение различных продуктов банка.

2 АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГА АО «РАЙФФАЙЗЕНБАНК»

2.1 Качественный анализ Интернет-банкинга АО «Райффайзенбанк»

АО «Райффайзенбанк» работает в России с 1996 года и является дочерней структурой крупного австрийского банковского холдинга Райффайзен Банк Интернациональ АГ.

АО «Райффайзенбанк» – универсальная кредитная организация, предлагающая полный спектр услуг корпоративным и частным клиентам, резидентам и нерезидентам, в рублях и иностранной валюте. Банк обладает одной из лучших, среди российских банков, композиций рейтингов от международных рейтинговых агентств. АО «Райффайзенбанк» имеет четыре дочерние структуры: ООО «Райффайзен-Лизинг», ООО «УК «Райффайзен», ООО «СК «Райффайзен Лайф» и ООО «Райффайзен Инвестмент».

Акционерное общество «Райффайзенбанк» является кредитной организацией, созданной и действующей в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации, Федеральным законом от 26.12.1995 № 208–ФЗ «Об акционерных обществах», Федеральным законом от 02.12.1990 № 395–1 «О банках и банковской деятельности», Федеральным законом от 10.07.2002 № 86–ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банк России)», действующим законодательством Российской Федерации.

Банк создан в соответствии с решением Общего собрания участников Общества с ограниченной ответственностью «Райффайзенбанк Австрия» о его преобразовании от 11.08.2000 года (Протокол № 3-00) с наименованием Закрытое акционерное общество «Райффайзенбанк Австрия» – полное наименование, ЗАО «Райффайзенбанк Австрия» – сокращенное наименование.

Банк является правопреемником Общества с ограниченной ответственностью «Райффайзенбанк Австрия», которое было создано решением собрания участников (протокол № 1 от 09.04.1994 г. и протокол № 2 от 12.04.1996г.; учредительный договор от 12.04.1996г.), зарегистрировано Центральным банком Российской Федерации 10 июня 1996 года (регистрационный № 3292) по всем его правам и обязанностям в соответствии с Передаточным актом.

В соответствии с решением Общего собрания акционеров от 15 марта 2007 года (протокол № 35) наименования Банка изменены на Закрытое акционерное общество «Райффайзенбанк» – полное наименование, ЗАО «Райффайзенбанк» – сокращенное наименование.

В соответствии с решением Общего собрания акционеров Закрытого акционерного общества «Райффайзенбанк Австрия» (протокол № 35 от 15 марта 2007 года) и решением единственного акционера Открытого Акционерного Общества Импортно-экспортный банк «ИМПЭКСБАНК» от 15 марта 2007 года Банк был реорганизован путем присоединения к нему Открытого Акционерного Общества Импортно-экспортного банка «ИМПЭКСБАНК».

Банк является полным правопреемником Открытого Акционерного Общества Имиоршо-эксиортный банк «ИМПЭКСБАНК», зарегистрированного 08 ноября 2001 года Центральным банком Российской Федерации за № 2291, в отношении всех его кредиторов и должников по всем его правам и обязательствам, включая обязательства, оспариваемые сторонами, в соответствии с Передаточным актом.

В соответствии с решением Общего собрания акционеров от 22 декабря 2014 года (протокол № 63 от 22 декабря 2014г.) наименования Банка изменены на Акционерное общество «Райффайзенбанк» – полное наименование, АО «Райффайзенбанк» – сокращенное наименование.

Полное фирменное наименование Банка:

- на русском языке: Акционерное общество «Райффайзенбанк»;
- на английском языке: Joint stock company Raiffeisenbank.

Сокращенное фирменное наименование Банка:

- на русском языке: АО «Райффайзенбанк»;
- на английском языке: АО Raiffeisenbank.

Место нахождения Банка: Российская Федерация, г. Москва.

Адрес Банка: Российская Федерация, 129090, г. Москва, ул. Троицкая, дом 17, стр. 1.

Банк имеет круглую печать со своим полным фирменным наименованием на русском языке и указанием своего местонахождения, бланки, штампы со своим наименованием, эмблему (логотип), а также зарегистрированный в установленном порядке товарный знак и другие средства визуальной идентификации.

Банк в установленном порядке может открывать дополнительные офисы, операционные офисы и иные внутренние структурные подразделения, представительства и филиалы. Руководители обособленных и внутренних структурных подразделений, назначаются Председателем Правления Банка и действуют на основании доверенности.

Создание Банком филиалов и открытие представительств за пределами территории Российской Федерации осуществляется в соответствии с законодательством Российской Федерации, а также законодательством иностранного государства по месту нахождения филиалов и представительств, если иное не предусмотрено международными договорами Российской Федерации. Сведения о филиалах и представительствах Банка содержатся в Едином государственном реестре юридических лиц, а также на официальных сайтах Банка России и АО «Райффайзенбанк» в сети «Интернет».

Банк может с разрешения и в соответствии с требованиями Банка России иметь на территории иностранного государства дочерние организации.

В случае, если все акции Банка принадлежат одному акционеру, положения Устава применяются, если Федеральным законом от 26.12.1995 № 208–ФЗ «Об акционерных обществах» и Уставом Банка не предусмотрено иное, а также в случае, если это не противоречит существу взаимоотношений.

Для осуществления операций с денежными средствами Банк открывает корреспондентские счета.

Банк имеет право осуществлять следующие банковские операции:

- привлечение денежных средств физических и юридических лиц во вклады (до востребования и на определенный срок);
- размещение привлеченных средств от своего имени и за свой счет;
- открытие и ведение банковских счетов физических и юридических лиц;
- осуществление переводов денежных средств по поручению физических и юридических лиц, в том числе банков-корреспондентов, по их банковским счетам;
- инкассация денежных средств, векселей, платежных и расчетных документов и кассовое обслуживание физических и юридических лиц;
- купля-продажа иностранной валюты в наличной и безналичной формах;
- привлечение драгоценных металлов физических и юридических лиц во вклады (до востребования и на определенный срок), за исключением монет из драгоценных металлов;
- размещение привлеченных драгоценных металлов от своего имени и за свой счет;
- открытие и ведение банковских счетов физических и юридических лиц в драгоценных металлах, за исключением монет из драгоценных металлов;
- осуществление переводов по поручению физических и юридических лиц, в том числе банков-корреспондентов, по их банковским счетам в драгоценных металлах;
- выдача банковских гарантий;
- осуществление переводов денежных средств без открытия банковских счетов, в том числе электронных денежных средств (за исключением почтовых переводов).

Банк помимо перечисленных банковских операций вправе осуществлять следующие сделки:

- выдачу поручительств за третьих лиц, предусматривающих исполнение обязательств в денежной форме;
- приобретение права требования от третьих лиц исполнения обязательств в денежной форме;
- доверительное управление денежными средствами и иным имуществом по договору с физическими и юридическими лицами;
- осуществление операций с драгоценными металлами, монетами из драгоценных металлов в соответствии с законодательством Российской Федерации;
- предоставление в аренду физическим и юридическим лицам специальных помещений или находящихся в них сейфов для хранения документов и ценностей;
- лизинговые операции;
- оказание консультационных и информационных услуг.

Банк вправе осуществлять иные сделки в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Все банковские операции и другие сделки осуществляются в рублях, а при наличии соответствующей лицензии Центрального банка Российской Федерации – и в иностранной валюте.

В соответствии с лицензией Центрального банка Российской Федерации на осуществление банковских операций Банк вправе осуществлять выпуск, покупку, продажу, учет, хранение и иные операции с ценными бумагами, выполняющими функции платежного документа, с ценными бумагами, подтверждающими привлечение денежных средств во вклады и на банковские счета, с иными ценными

бумагами, осуществление операций с которыми не требует получения специальной лицензии в соответствии с федеральными законами, а также вправе осуществлять доверительное управление указанными ценными бумагами по договору с физическими и юридическими лицами. Банк имеет право осуществлять профессиональную деятельность на рынке ценных бумаг в соответствии с федеральными законами.

Банковские операции Банк осуществляет на основании соответствующих лицензий, выдаваемых Центральным банком Российской Федерации. Отдельные виды деятельности, перечень которых определяется федеральными законами, Банк вправе осуществлять на основании соответствующих лицензий.

Органами управления АО «Райффайзенбанк» являются:

- общее собрание акционеров;
- наблюдательный совет;
- президент – Председатель Правления – единоличный исполнительный орган;
- правление – коллегиальный исполнительный орган (рисунок 16).



Рисунок 16 – Организационная структура управления АО «Райффайзенбанк»
Акционерами АО «Райффайзенбанк» могут быть юридические и (или) физические лица. Акционеры банка не отвечают по обязательствам Банка и несут риск убытков, связанных с его деятельностью, в пределах стоимости принадлежащих им акций.

Таблица 5 – Обязанности органов управления АО «Райффайзенбанк»

Наименование	Вид деятельности
Общее собрание акционеров	– внесение изменений в Устав Банка; – реорганизация Банка; – ликвидация Банка, назначение ликвидационной комиссии; – увеличение (уменьшение) уставного капитала Банка путем увеличения (уменьшения) номинальной стоимости акций.
Наблюдательный совет	– определение приоритетных направлений деятельности Банка; – созыв годового и внеочередного Общих собраний акционеров Банка; – увеличение уставного капитала путем размещения Банком дополнительных акций в пределах количества и категорий (типов) объявленных акций; – размещение облигаций или других эмиссионных ценных бумаг, кроме акций и другое.
Президент-Председатель Правления	– совершение сделок и подписание документов от имени Банка; – утверждение штата; – принятие решения об открытии (закрытии) внутренних структурных подразделений, кроме операционных офисов и дополнительных офисов Банка.
Правление	– создание необходимых условий для работы Общего собрания акционеров; – рассмотрение отчетности; – принятие решений о публикации финансовой отчетности; – определение перечня информации, являющейся коммерческой тайной; – утверждение кандидатур для назначения на должности руководителей филиалов и главных бухгалтеров филиалов и другое.

Динамика ключевых показателей АО «Райффайзенбанк» представлена в таблице 6. Финансовая отчетность АО «Райффайзенбанк» представлена в Приложении.

Таблица 6 – Динамика ключевых показателей АО «Райффайзенбанк»

Показатели	2018 г.	2019 г.	2020 г.
Активы, млрд. руб.	1115,2	1274,5	1451,9
Обязательства, млрд. руб.	985,1	1101,6	1282,9
Собственные средства, млрд. руб.	130,2	172,8	169,1
Чистая прибыль, млрд. руб.	26,8	37,1	36,4

Исходя из данных, представленных в таблице 6, можно сделать вывод, что работа АО «Райффайзенбанк» характеризуется стабильными финансовыми показателями, так, за период 2018–2019 гг. происходило увеличение активов, обязательств, собственных средств, а также чистой прибыли. В 2020 г. продолжают увеличиваться активы и обязательства, но уменьшаются собственные средства и чистая прибыль.

Динамика активов, обязательств и собственных средств АО «Райффайзенбанк» в 2018–2020 гг. представлена на рисунке 17.

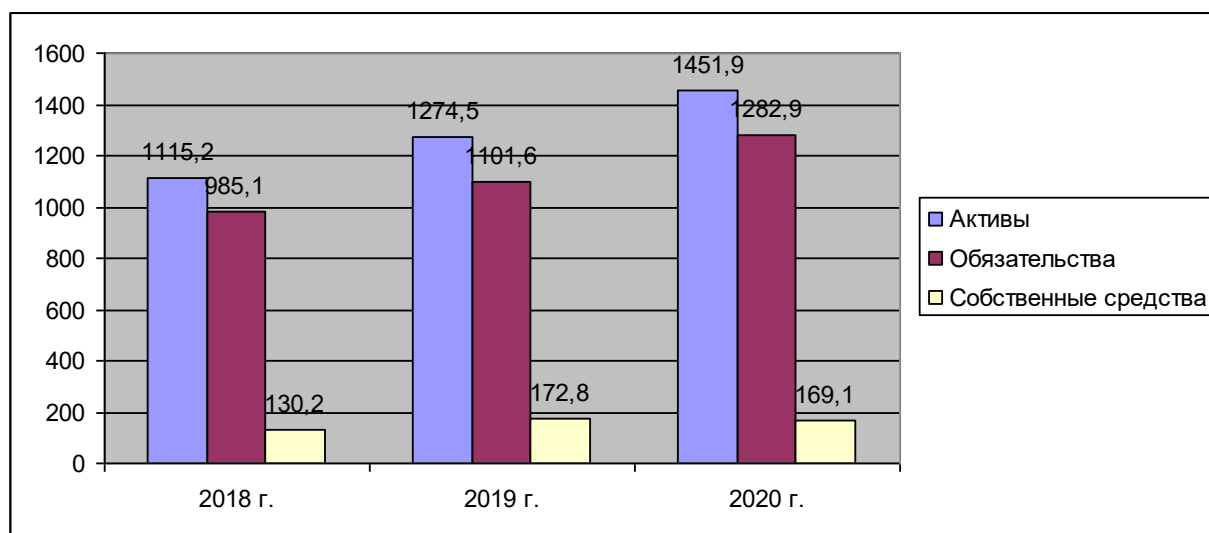


Рисунок 17 – Динамика активов, обязательств и собственных средств АО «Райффайзенбанк» в 2018–2020 гг., млрд. руб.

Активные изменения показателей можно увидеть в динамике чистой прибыли (рисунок 18).

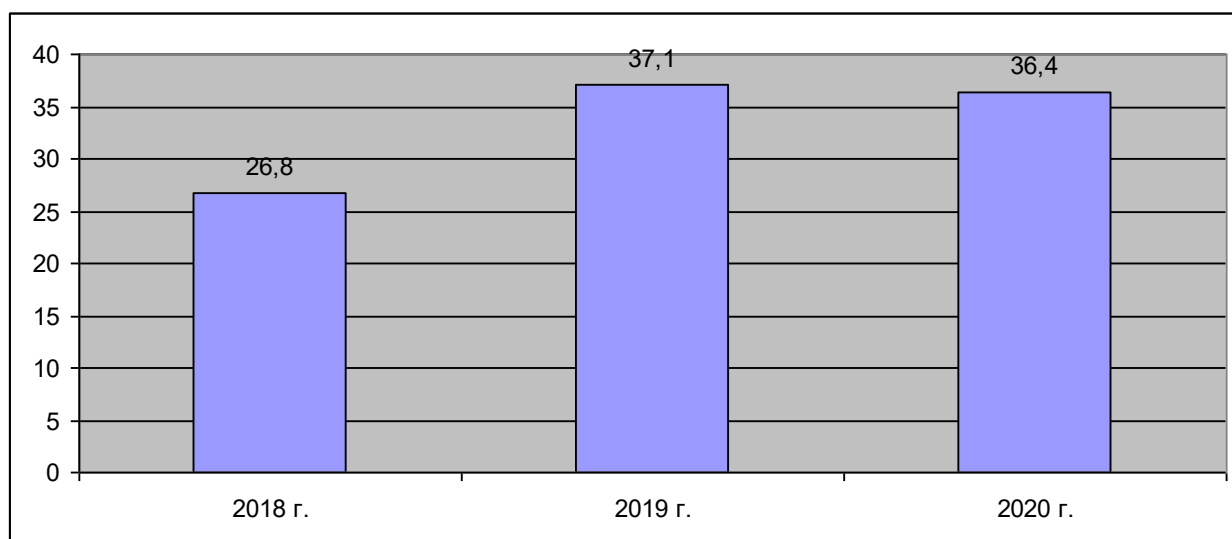


Рисунок 18 – Динамика чистой прибыли АО «Райффайзенбанк» в 2018–2020 гг., млрд. руб.

Причинами роста чистой прибыли в 2019 г. являются увеличение чистого процентного и комиссионного доходов, суммарные положительные изменения от операций с производными финансовыми инструментами, ценными бумагами, рост объемов полученных дивидендов от дочерних организаций.

Перед тем, как перейти к рассмотрению Интернет-банкинга в АО «Райффайзенбанк», рассмотрим дистанционное банковское обслуживание в АО «Райффайзенбанк».

Дистанционное банковское обслуживание в АО «Райффайзенбанк» представлено следующими сервисами:

- обслуживание клиентов в контактном центре;
- телефонный банк;
- СМС-информирование;
- Интернет-банк;
- мобильный-банк;
- сервис контроля и оплаты платежей по кредиту «Кредитный кабинет»;
- банкоматы и терминалы банка.

Следует более подробно описать каждый из них, перечислить их основные функции, особенности и преимущества.

1. Контактный центр. Контактный центр успешно выполняет одну из стратегических задач Банка: быть одним из лидеров по эффективности, удобству, и качеству клиентского обслуживания в России, что позволяет повышать прибыльность Банка при помощи оптимизации процессов и повышения лояльности клиентов.

Контактный центр производит активацию кредитных и дебетовых карт в режиме реального времени, оформляет заявки на вклады, предоставляет клиентам любую информацию по состоянию счетов, консультирует по кредитным, депозитным и иным продуктам Банка, подключает и отключает дополнительные сервисы.

Банк ведет планомерную работу по развитию программного обеспечения, направленную на повышение эффективности работы Контактного центра и улучшение качества услуг. Например, была внедрена автоматизированная активация карт по телефону, интеллектуальная автоматическая маршрутизация звонков с учетом данных из CRM-системы, увеличена скорость работы систем, уменьшено время обработки звонка при работе сотрудника с формами CRM. Все это позволило сэкономить ресурсы и повысить качество сервиса.

Помимо телефонных звонков, сотрудники Контактного центра обрабатывают электронные и письменные обращения клиентов, проводится работа с отзывами клиентов в социальных сетях и блогах.

2. СМС-информирование. СМС-информирование – это комплекс услуг, включающий в себя услуги как «СМС-пакет» для кредитных или дебетовых карт и «СМС-пакет» для кредита наличными или кредита на приобретение товаров, которые позволяют клиентам получать на мобильный телефон в виде СМС-сообщений информацию по карточным операциям или по кредитному договору.

Стоимость услуги зависит от конкретного банковского продукта, которым владеет клиент.

В рамках данной услуги, банк направляет клиентам следующие виды СМС-сообщений:

- оповещения о снятии денежных средств через банкоматы АО «Райффайзенбанк» и других банков;
- оповещения об оплате товаров и услуг, в том числе через сеть Интернет, с использованием карты;
- оповещения о покупках через Интернет с использованием карты;
- оповещение об активации карты;
- оповещения о блокировке/ разблокировке карты;
- оповещения о получении денежных средств с текущего счета через кассы АО «Райффайзенбанк» и других банков;
- о поступлении денег на счет;
- о списании денег со счета в погашение очередного ежемесячного платежа или задолженности по кредитному договору;
- о полном погашении задолженности по кредитному договору.

3. Телефонный банк. Телефонный банк – услуга, разработанная с помощью технологий IVR, позволяющая клиентам получать необходимую информацию, не дожидаясь ответа от оператора.

Система интерактивного взаимодействия (IVR) — программный комплекс, направленный на рационализацию рабочего времени оператора путем предоставления клиенту контактного центра возможности прослушать уже записанный, предустановленный ответ на наиболее часто задаваемые, типовые вопросы. Для этого создается контекстное меню, ориентироваться по которому пользователь может с помощью тонального набора номера на клавиатуре телефона. Данное меню объединяет справочную информацию о банке и услугах. На долю IVR приходится до 20 % всех вызовов, поступающих в контактный центр.

4. Мобильный банк. Мобильный банк – адаптированное под мобильные устройства банковское приложение, предоставляющее дистанционный доступ к банковским счетам. Как правило, мобильный банк – это сокращённая по своим возможностям версия интернет-банка. Функции которыми наделён мобильный банк представлены в таблице 7.

По данным таблицы можно заметить, что функции схожи с интернет-банком, но ограничены по возможностям использования. Также необходимо учитывать, что платежи и переводы в мобильном банке совершаются без СМС-верификации.

Очень важная роль мобильного приложения – сокращение операционных затрат банка. Традиционно мобильные приложения рассматриваются как средство для высвобождения ресурсов в отделениях и в контакт-центрах. С помощью мобильного приложения клиент банка может без звонка в контактный центр, получить необходимую информацию по счёту, а также совершить некоторые платежи. В случае если клиенту потребуется консультация сотрудника, он сможет обратиться в специальный чат.

Таблица 7 – Функции мобильного банка АО «Райффайзенбанк»

Функции Мобильного Банка	Дебетовая карта	Вклад	Потребительский кредит	Кредитная карта
Информация по счету				
Доступный остаток по счету	+	+		+
Список операций по счету	+	+	+	+
Сумма очередного платежа			+	+
Просмотр графика платежей			+	
Переводы и платежи				
Перевод между своими счетами (как счет списания) (по шаблону и без)	+	+		
Перевод между своими счетами (как счет зачисления) в iPhone и iPad: в том числе на ипотечный счет) (по шаблону и без)	+	+	+	+
Переводы внутри банка только по шаблону, созданному в Интернет-банке	+			
Перевод на счет в др. банке только по шаблону, созданному в Интернет-банке (кроме переводов в бюджет!)	+			
Перевод в др. банка по номеру карты	+			
1. по шаблону, созданному в Интернет-банке;				
2. без шаблона.				
Оплата услуг (мобильная связь, коммунальные платежи без комиссии, телефония, телевидение и т. д.):	+			+
1. по шаблону, созданному в Интернет-банке;				
2. без шаблона.				
Нужная информация				
Найти ближайший банкомат и отделение Банка				
Чат с сотрудником банка (только iPad и iPhone)				
Заказать звонок от Банка				
Аналитика расходов (только iPad и iPhone)				
Реквизиты счета (просмотр, отправка в СМС, на e-mail, копирование)				

5. Кредитный кабинет. Кредитный кабинет — это сервис для клиентов, у которых есть в банке кредит, но нет дебетовой карты или вклада.

В кредитном кабинете клиенту доступна следующая информация:

1. Информация по кредиту:

- зачислен ли платеж;
- остаток задолженности;
- дата и сумма следующего платежа;
- график платежей;

2. Вся основная информация по кредитным картам.

3. Внесение платежа по кредиту или кредитной карте.

Особенности кредитного кабинета:

1. Простой вход без логина и пароля (достаточно ввести дату рождения и номер телефона);

2. Вся информация по кредиту или кредитной карте собрана на одной странице.

Отличия от Интернет-банка: информация по дебетовым картам и вкладам не отображается.

Около 2000 устройств самообслуживания. Функции банкоматов работающих в банке АО «Райффайзенбанк» представлены в таблице 8.

Таблица 8 – Функции банкоматов АО «Райффайзенбанк»

Функция	Тип карты, для которой доступна функция
Снятие наличных денежных средств (валюта – рубли РФ)	Любая дебетовая карта АО «Райффайзенбанк»
	Любая кредитная карта АО «Райффайзенбанк»
	Платежная карта любого другого Банка
Внесение наличных на счет карты (функция доступна не во всех банкоматах)	Любая кредитная карта только АО «Райффайзенбанк»
	Любая дебетовая карта только АО «Райффайзенбанк»
Получение информации о доступном остатке по Счету (на экране/печать чека)	Любая дебетовая карта АО «Райффайзенбанк», в том числе и сторонних организаций
Оплата ПК/НК по штрих-коду или номеру договора	Карта не требуется

Таким образом, с целью достижения устойчивого конкурентного преимущества на рынке одной из ключевых задач АО «Райффайзенбанк» является построение высочайшего уровня по качеству обслуживания клиентов в России, учитывая опыт ведущих мировых банков и оперативное реагирование на потребности клиентов.

6. Интернет-банк. Сегодня АО «Райффайзенбанк» предлагает своим клиентам бесплатную услугу интернет-банкинга «Райффайзенбанк», которая дает возможность самостоятельно осуществлять платежи и покупки посредством сети интернет и управлять своими счетами без ожидания в очередях отделений.

Основная масса повторяющихся операций может быть проведена посредством интернет-банкинга «Райффайзенбанк» круглосуточно. Клиенту даже не потребуется выйти из дома.

Интернет-банкинг от АО «Райффайзенбанк» представляет собой функциональный сервис с доступным и удобным интерфейсом. Получить доступ к интернет-банкингу банка могут лишь его клиенты: юридические лица, владельцы счетов, держатели зарплатных, дебетовых и кредитных карт. Чтобы войти в интернет-банкинг АО «Райффайзенбанк» требуется переместиться на главную страницу официального сайта АО «Райффайзенбанк», где в правом верхнем углу найти кнопку «Интернет-банк».

Зарегистрироваться в личном кабинете интернет-банкинга АО «Райффайзенбанк» очень просто, для этого клиенту не требуется посещать отделение банка и писать заявление о подключении к услуге, как делают в иных банках. В данном случае достаточно все действия осуществить посредством официального сайта банка. Процедура регистрации в интернет-банкинге АО «Райффайзенбанк» сопровождается детальным разъяснением всех вопросов.

Для регистрации в интернет-банкинге АО «Райффайзенбанк» на официальной стартовой странице банка требуется найти поле «Интернет-банк». Для пользователей, у которых возникли проблемы или вопросы при входе в интернет-банкинг действует онлайн-поддержка, которая функционирует круглосуточно.

Нажав кнопку «Интернет-банк» клиент переместится в новое окно для входа в интернет-банкинг или регистрации в нем. Если клиент ранее был зарегистрирован и ему требуется лишь войти, то ему необходимо выбрать кнопку «Вход в личный кабинет», после чего ввести свой логин и пароль. Для регистрации в интернет-банкинге клиенту необходимо выбрать поле «Регистрация».

Изучив панель интернет-банкинга АО «Райффайзенбанк» видно, что в левом углу верхней панели отображается суммарный доступный остаток (по всем счетам в совокупности) клиента (рисунок 18).

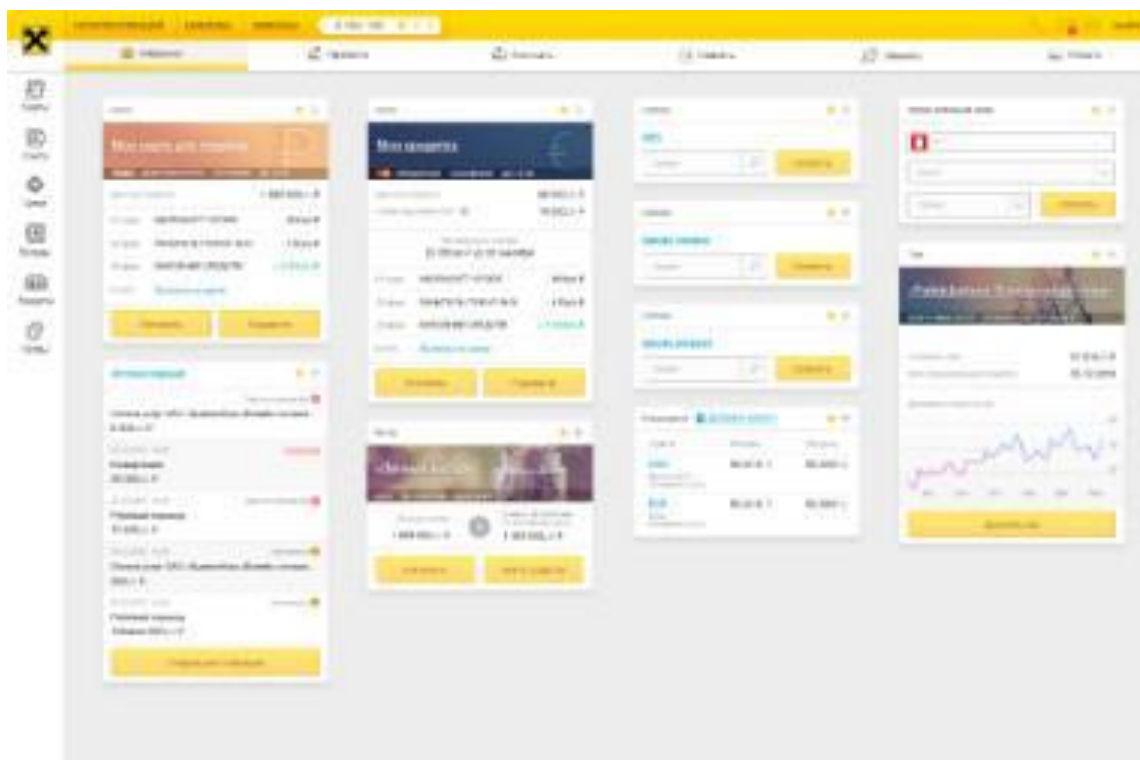


Рисунок 18 – Панель личного кабинета интернет-банкинга АО «Райффайзенбанк»

Для связи со специалистом банка онлайн требуется нажать кнопку «Связаться с банком», которая расположена в верхней панели по центру окна рядом с кнопкой «Помощь». Ответы на часто задаваемые клиентами банка вопросы можно найти в разделе «Помощь», который находится в верхнем правом углу окна. В левой боковой панели экрана (отмеченной оранжевым цветом) расположен перечень банковских продуктов, которыми может пользоваться его клиент. Именно с помощью данной панели осуществляется навигация среди продуктов банка, подача заявок на открытие и самостоятельное открытие новых продуктов, подача заявок и самостоятельное закрытие не используемых карт. Кроме того, на личной странице клиента интернет-банкинга АО «Райффайзенбанк» содержатся иные блоки информации. В левой части окна находятся следующие основные данные:

- сберегательные счета клиента и баланс на них;
- кредитные карты клиента с балансом;
- дебетовые карты клиента с балансом на них;
- депозиты клиента;
- электронные деньги.

Справа на экране расположен список платежных операций, среди которых:

- шаблоны, в которых можно использовать созданные ранее или добавить новый шаблон;
- платежи и переводы;
- истории проведенных клиентом операций.

Основная часть окна содержит информацию открытого клиентом раздела. Если это раздел «Сберегательные счета», то на экране клиенту представлена таблица с

перечнем его счетов открытых в банке и соответственно текущим балансом на них и др.

Нажав на тот или иной продукт перед клиентом раскрываются более детальные сведения о нем.

Если клиент хочет узнать движение по той или иной карте и состояние баланса по ней на ту или иную дату, то ему требуется выбрать данную карту из списка предложенных карт. На каждом из этапов работы с интернет-банкингом АО «Райффайзенбанк» следуют подсказки. Если пользователь интернет-банкинга вводит данные, а потом случайно или преднамеренно покидает страницу, не завершив операцию, обязательно появится предупреждение.

Для подключения мобильного банка клиенту необходимо скачать приложение для iOS в App Store или для Android в Google Play, на мобильное устройство, пройти регистрацию или авторизацию, если он ранее был зарегистрирован. Далее зарегистрировать личный кабинет в АТМ и использовать телефон и пароль от личного кабинета для входа в мобильный банк. На сегодняшний день подключение к интернет-банкингу и мобильному банку АО «Райффайзенбанк», а также их обслуживание для клиентов бесплатно.

Как видно, АО «Райффайзенбанк» достаточно быстро и активно была развита клиентская база. Широкий выбор банковских продуктов, его доступность и надежность для населения сделали кредитную организацию достаточно известной, вследствие чего поток клиентов постоянно возрастает. Такие быстрые темпы роста клиентской базы создали некоторые проблемы в обслуживании клиентов банка. С этой целью в АО «Райффайзенбанк» был создан интернет-банкинг, который позволил клиентам банка онлайн получить любую информацию о своих счетах.

Сегодня среди преимуществ интернет-банкинга АО «Райффайзенбанк» можно выделить.

1. Высокий уровень безопасности – АО «Райффайзенбанк» особое внимание уделяет безопасности. Данные шифруются по протоколу SSL. Каждая проваленная попытка входа блокирует возможность доступа к аккаунту на 10 минут. Зайти в учетную запись можно только после введения уникального одноразового пароля, присланного в СМС сообщении клиенту.

2. Широкий спектр возможностей и функций – именно по этому параметру Интернет-банк АО «Райффайзенбанк» опережает многие серьезные розничные банки.

3. Возможность подписаться на рассылку новостей банка, чтобы быть в курсе всех изменений в тарифах и новых продуктах.

4. Техническая поддержка реагирует оперативно и делает все, чтобы предельно быстро решить возникший у клиента банка вопрос.

Таким образом, можно с уверенностью говорить о том, что интернет-банкинг АО «Райффайзенбанк» – это современное, всегда открытое для пользователей отделение банка, созданное, чтобы клиенты тратили время так, как им хочется, не тратили время в очередях в отделениях банка, а могли контролировать свои финансы где и когда угодно.

Далее рассмотрим динамику объемов операций, совершаемых с помощью Интернет-банкинга, и традиционных операций в АО «Райффайзенбанк» (таблица 9).

Таблица 9 – Динамика объемов операций, совершаемых с помощью Интернет-банкинга, и традиционных операций в АО «Райффайзенбанк» в 2018–2020 гг.

в млрд. руб.

Показатель	2018 г.	2019 г.	2020 г.	Абсолютное отклонение		Темп роста, %	
				2019/ 2018 гг.	2020/ 2019 гг.	2019/ 2018 гг.	2020/ 2019 гг.
Объем операций Интернет-банкинга	49,3	52,9	57,1	3,6	4,2	107,30	107,94
Объем традиционных операций	1471,3	1529,5	1547,7	58,2	18,2	103,96	101,19
Итого	1520,6	1582,4	1604,8	61,8	22,4	104,06	101,42

Таким образом, темпы роста Интернет-банкинга в АО «Райффайзенбанк» превышают темпы роста объема традиционных операций в 2018–2020 гг.

Структура объемов операций, совершаемых с помощью Интернет-банкинга, и традиционных операций в АО «Райффайзенбанк» представлена в таблице 10.

Таблица 10 – Структура объемов операций, совершаемых с помощью Интернет-банкинга, и традиционных операций в АО «Райффайзенбанк» в 2018–2020 гг.

в %

Показатель	2018 г.	2019 г.	2020 г.	Абсолютное отклонение		Темп роста, %	
				2019/ 2018 гг.	2020/ 2019 гг.	2019/ 2018 гг.	2020/ 2019 гг.
Объем операций Интернет-банкинга	3,24	3,34	3,56	0,10	0,22	103,11	106,43
Объем традиционных операций	96,76	96,66	96,44	-0,10	-0,22	99,90	99,78
Итого	100,00	100,00	100,00	0,00	0,00	100,00	100,00

Таким образом, доля Интернет-банкинга в структуре операций АО «Райффайзенбанк» в 2020 г. увеличилась на 0,22 %.

В таблице 11 рассмотрим количество счетов физических лиц АО «Райффайзенбанк» с дистанционным доступом.

Таблица 11 – Количество счетов физических лиц АО «Райффайзенбанк» с дистанционным доступом

Показатель	2018 г.	2019 г.	2020 г.	Абсолютное отклонение		Темп роста, %	
				2019/2018 гг.	2020/2019 гг.	2019/2018 гг.	2020/2019 гг.
Счета с доступом в Интернет	654 711	821 105	921 705	166 394	100 600	125,41	112,25
Счета с доступом через устройства мобильной связи	534 502	788 370	895 939	253 868	107 569	147,50	113,64
Общее количество счетов	932 115	1 121 703	1 213 559	189 588	91 856	120,34	108,19

в ед.

Таким образом, количество счетов как с доступом в Интернет, так и с доступом через устройства мобильной связи увеличивается в рассматриваемом периоде. Темпы роста данных показателей выше, чем темпы роста общего количества счетов.

Наглядно данные таблицы 11 представим на рисунке 19.

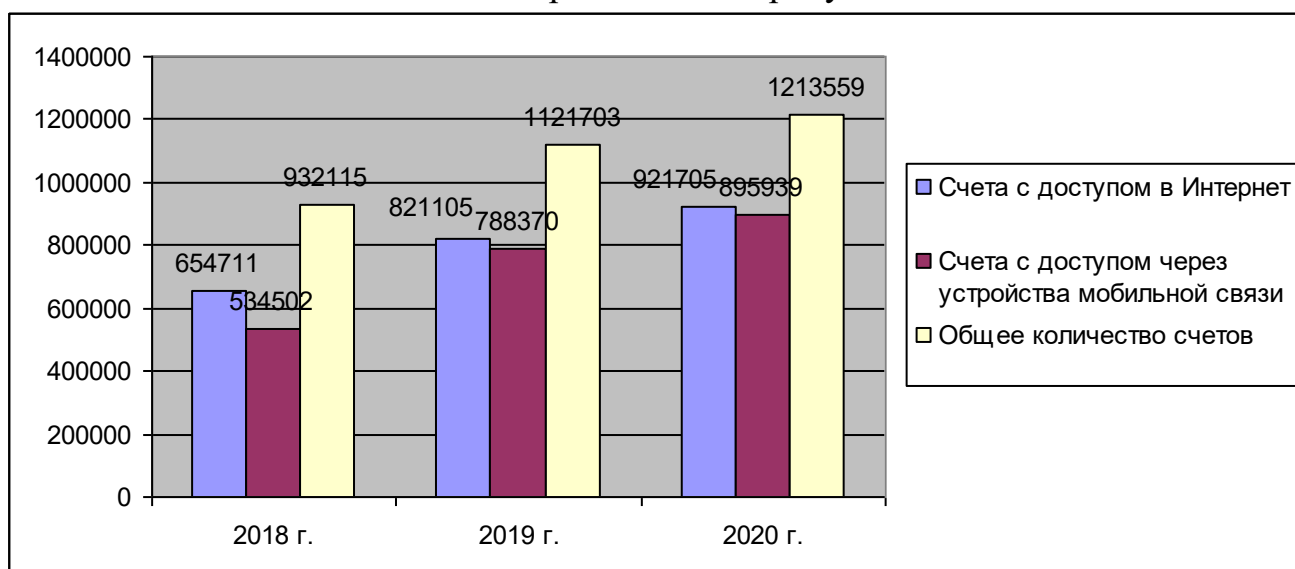


Рисунок 19 – Количество счетов физических лиц АО «Райффайзенбанк» с дистанционным доступом, ед.

В таблице 12 рассмотрим структуру счетов физических лиц АО «Райффайзенбанк» с дистанционным доступом.

Таблица 12 – Структура счетов физических лиц АО «Райффайзенбанк» с дистанционным доступом

Показатель	2018 г.	2019 г.	2020 г.	Абсолютное отклонение		Темп роста, %	
				2019/ 2018 гг.	2020/ 2019 гг.	2019/ 2018 гг.	2020/ 2019 гг.
Счета с доступом в Интернет	70,24	73,20	75,95	2,96	2,75	104,22	103,76
Счета с доступом через устройства мобильной связи	57,34	70,28	73,83	12,93	3,55	122,55	105,05
Общее количество счетов	100,00	100,00	100,00	0,00	0,00	100,00	100,00

Таким образом, доля счетов с доступом в Интернет увеличилась с 70,24% в 2018 г. до 75,95% в 2020 г. Доля счетов с доступом через устройства мобильной связи увеличилась с 57,34% в 2018 г. до 73,83% в 2020 г.

В таблице 13 рассмотрим количество пользователей услуг интернет-банка и мобильного банкинга в АО «Райффайзенбанк».

Таблица 13 – Количество пользователей услуг интернет-банка и мобильного банкинга в АО «Райффайзенбанк»

Показатель	2018 г.	2019 г.	2020 г.	Абсолютное отклонение		Темп роста, %	
				2019/ 2018 гг.	2020/ 2019 гг.	2019/ 2018 гг.	2020/ 2019 гг.
Интернет-банк	218 237	283 140	329 180	64 903	46 041	129,74	116,26
Мобильный бандинг	178 167	254 313	279 981	76 146	25 668	142,74	110,09
Общее количество пользователей	310 705	350 532	367 745	39 827	17 213	112,82	104,91

Наглядно данные таблицы 13 представим на рисунке 20.

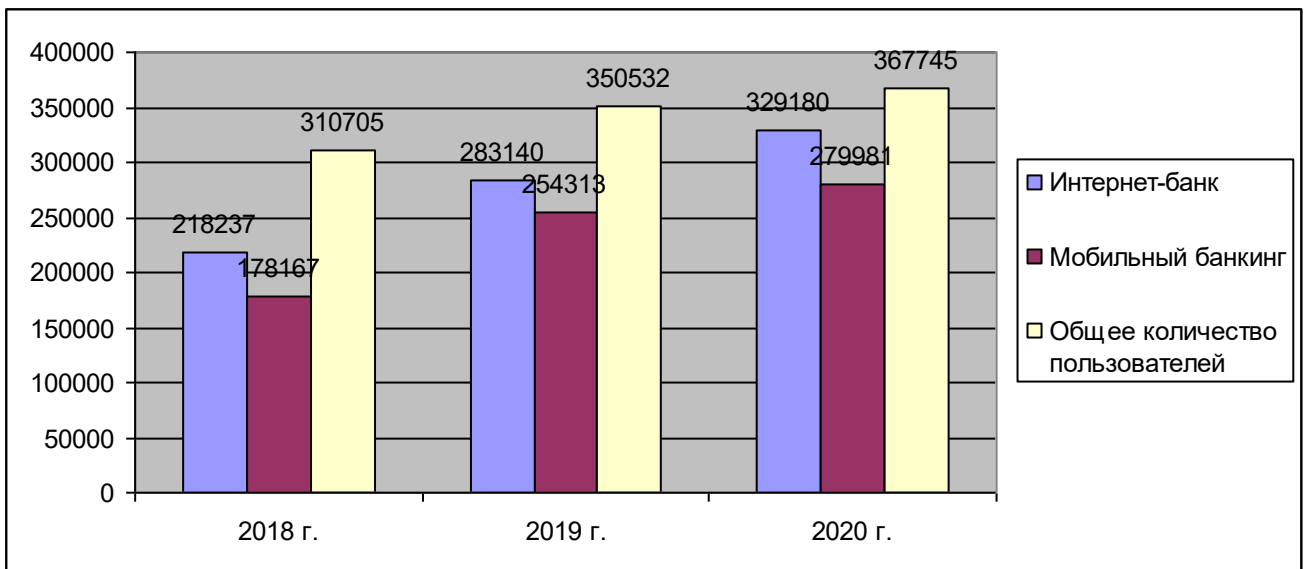


Рисунок 20 – Количество пользователей услуг интернет-банка и мобильного банкинга в АО «Райффайзенбанк», чел.

Таким образом, количество пользователей услуг как интернет-банка, так и мобильного банкинга увеличивается в рассматриваемом периоде. Темпы роста данных показателей выше, чем темпы роста общего количества счетов.

2.2 Сравнительный анализ Интернет-банкинга АО «Райффайзенбанк»

В 2020 году аналитическим агентством Marksw Webb Rank & Report было проведено исследование и представлены результаты ежегодного рейтинга самых эффективных интернет-банкингов для физических лиц в Российской Федерации Internet Banking Rank 2020. В исследовании приняло участие 22 кредитных учреждения страны.

Один из представленных агентством рейтингов заключается в исследовании эффективности онлайн-банкинга (daily banking) и отражает доступность услуг по дебетовым картам и возможность получения информации о банковском продукте в режиме онлайн.

Второй (digital office) отражает насколько тот или иной банк удачно внедрил в свою деятельность в онлайн сервис, за которым обычно клиентам приходится обращаться в одно из отделений банка или его кол-центр. Годом ранее совокупность данных показателей учитывалась в одном рейтинге совместно.

На рисунке 21 показано, как оценивались ежедневные задачи в Интернет-банках.



Рисунок 21 – Оценка ежедневных задач в Интернет-банках [46]

На рисунке 21 отражено распределение весов по блокам пользовательских задач. Каждый блок включает в себя наиболее популярные пользовательские сценарии в интернет-банке. Веса назначаются экспертно и отражают важность задачи – насколько она востребована пользователями и насколько критично наличие ее реализации в интернет-банке.

Итоговая оценка эффективности сервиса рассчитывается как сумма оценок по блокам задач, умноженных на вес этого блока.

Оценка в рейтинге отражает качество клиентского опыта при выполнении ежедневных задач по управлению личными финансами: платежи и переводы, получение информации о доходах и расходах и т. д.

На рисунке 22 показано, как оценивался цифровой офис в интернет-банках.



Рисунок 22 – Оценка цифрового офиса в Интернет-банках [46]

Принцип распределения оценок в Digital Office аналогичен Daily Banking. Веса назначаются экспертно и отражают важность задачи – насколько она востребована пользователями и насколько критично наличие ее реализации в интернет-банке.

Итоговая оценка эффективности сервиса рассчитывается как сумма оценок по блокам задач, умноженных на вес этого блока.

Оценка показывает, насколько полно интернет-банк может заменить клиенту поход в офис, чтобы открыть продукт, получить документ или решить проблему.

В рейтинге самых эффективных интернет-банкингов в категории daily banking лидерами являются Тинькофф Банк и Банк Открытие (таблица 14).

Тинькофф Банк сохранил позиции. На фоне уже высокого качества интернет-банка Тинькофф продолжает его развитие. Появился продуманный онбординг, обновилась навигация на экранах продуктов и в меню платежей, улучшен сценарий сбора средств, повысилась гибкость аналитики.

Банк Открытие. Новая позиция для банка. Мощно продвинулся по переводам и платежам (СБП, международные переводы, оплата ЖКУ), по возможностям анализа расходов и доходов. Есть улучшенный поиск.

Таблица 14 – Рейтинг лучших интернет-банков России для физических лиц по итогам работы 2020 года в категории daily banking [46]

Место	Наименование банка	Оценка	Место	Наименование банка	Оценка
1	Тинькофф Банк	68	12	Росбанк	50
2	Банк Открытие	67,3	13	Банк Санкт-Петербург	49,1
3	Ак Барс Банк	61,1	14	Банк Русский Стандарт	49
4	Банк Левобережный	60,9	15	Сбербанк	47,3
5	ВТБ	57,9	16	Альфа-Банк	44
6	Почта Банк	56,5	17	Банк Казани	44
7	Промсвязьбанк	54,2	18	МКБ	44
8	Райффайзенбанк	53,4	19	ЮниКредит Банк	37,8
9	Россельхозбанк	53	20	Газпромбанк	37,2
10	СКБ-Банк	52,9	21	Совкомбанк	35,8
11	Банк Уралсиб	51,3	22	Банк Хоум Кредит	29,4

Ак Барс Банк сохранил свое место в тройке. Значительно продвинулась аналитика расходов и доходов. Можно смотреть месячную динамику по категориям, появились фильтры и теги в истории. Появилась настройка лимитов по карте, улучшилась форма перевода по СБП и навигация по платежам и переводам.

Что касается АО «Райффайзенбанк», то он занял 8 место в рейтинге.

По отношению к деятельности АО «Райффайзенбанк» и ее эффективности результаты рейтинга позволяют сделать следующие выводы. АО «Райффайзенбанк» с уверенностью вошел в 10-ку лидеров интернет-банков. И действительно, АО «Райффайзенбанк» заслуженно занял позицию среди лидеров. Так как интернет-банкинг банка предлагает своим клиентами широкие возможности оплаты различных услуг и товаров, осуществления внутрибанковских и внебанковских денежных переводов, открытия вкладов онлайн, заказа дебетовых, кредитных карт и иных банковских продуктов и услуг онлайн, возможности для анализа персональных расходов и доступный интерфейс для осуществления единоразовых или повторяющихся операций.

В соответствии со вторым рейтингом было установлено, что если удовлетворять минимальные запросы клиентов в онлайн удастся почти всем банкам, то создавать полноценные цифровые офисы российские банки пока не могут. Второй рейтинг аналитического агентства (digital office) отражает то, как обслуживание клиента банка переводится в цифровые каналы, что позволяет клиенту все меньше пользоваться услугами банковских отделений и колл-центров (таблица 15).

Таблица 15 – Рейтинг лучших интернет-банков России для физических лиц по итогам работы 2020 года в категории digital office [46]

Место	Наименование банка	Оценка	Место	Наименование банка	Оценка
1	Тинькофф Банк	64	12	Банк Хоум Кредит	41,4
2	Банк Открытие	54,9	13	Банк Русский Стандарт	39,9
3	Райффайзенбанк	52,3	14	Альфа-Банк	33,8
4	СКБ-Банк	49,8	15	Банк Санкт-Петербург	32,9
5	Промсвязьбанк	49	16	МКБ	31,8
6	Сбербанк	48,6	17	Банк Уралсиб	28,4
7	ВТБ	46,9	18	Росбанк	26,6
8	Банк Левобережный	46,8	19	Россельхозбанк	24,8
9	Банк Казани	44,5	20	Совкомбанк	20,9
10	Ак Барс Банк	43,4	21	ЮниКредит Банк	20,5
11	Почта Банк	41,6	22	Газпромбанк	7,2

В рейтинге самых эффективных интернет-банкингов в категории digital office лидерами являются те же банки – Тинькофф Банк и Банк Открытие. АО «Райффайзенбанк» в данном рейтинге занял 3-ю позицию.

Тинькофф Банк на хорошем уровне реализует уникальные возможности для клиентов:

- выпуск дебетовой карты для родственника, в том числе, в виде виртуальной карты к своему счету;
- изменение почтового адреса и паспортных данных в интернет-банке;
- открытие брокерского счета, покупка и управление облигациями;
- страховка от мошенничества с пластиковой картой;
- просмотр страхового полиса в интернет-банке, возможность скачать его.

Банк Открытие качественно улучшил свой цифровой офис – поднялся на 14 позиций и занял второе место в рейтинге. В интернет-банке появились заявки на карты, закрытие счетов, смена данных, справки и онлайн чат. А также возможности для инвестирования: брокерский счет, ИИС, счет в драгоценных металлах.

АО «Райффайзенбанк» поднялся на 5 позиций и теперь занимает 3-е место в рейтинге. Значительно расширил возможности чата – здесь можно закрыть текущий и накопительный счет, дебетовую карты, поменять электронную почту и почтовый адрес, оспорить карточную операцию. И только в АО «Райффайзенбанк» можно подать налоговую декларацию через банк.

По результатам работы 2020 года АО «Райффайзенбанк» занял высокие позиции в рейтингах эффективности интернет-банкинга и улучшил показатели удобства пользования и функциональности интернет-банкинга.

Также в 2020 году аналитическим агентством Marksw Webb Rank & Report было проведено исследование и представлены результаты ежегодного рейтинга самых

эффективных интернет-банкингов для бизнеса в Российской Федерации Business Internet Banking Rank 2020. В исследовании приняло участие 17 кредитных учреждения страны.

Рейтинг для бизнеса составлялся по трем направлениям.

1. Индивидуальный предприниматель. Работает на УСН 6%, сам отвечает как за основной бизнес-процесс, так и за подготовку документов и отчетности. Штатных сотрудников нет, привлекаются временно в помощь под проекты или для сезонной работы.

Это может быть фрилансер, фитнес-тренер, организатор мероприятий, арендодатель на Airbnb.

На рисунке 23 показано, как оценивался рейтинг для ИП.



Рисунок 23 – Оценка рейтинга Интернет-банков для ИП [46]

Оценка в рейтинге показывает, насколько полно и удобно ИП может решить все задачи по управлению финансами компании в интернет-банке.

Наиболее весомый блок оценки – финансы, в который входят наиболее частотные задачи, связанные с управлением расчетным счетом. Также для ИП крайне важно наличие решений для задач, связанных с подготовкой документов и отчетности, так как предприниматель решает эти задачи самостоятельно, без помощи бухгалтера.

Несмотря на то, что штатных сотрудников у ИП нет, блок критериев «Сотрудники» имеет вес, так как ИП пользуется корпоративной картой.

2. Торгово-сервисное предприятие. Компания продает любые товары и услуги для физлиц. Зарегистрирована в форме ИП или ООО, налогообложение УСН или ОСНО. Роли руководителя и бухгалтера разделены, основной бизнес-процесс осуществляется за счет работы наемных сотрудников.

На рисунке 24 показано, как оценивался рейтинг для торгово-сервисного предприятия.



Рисунок 24 – Оценка рейтинга Интернет-банков для торгово-сервисного предприятия [46]

Оценка в рейтинге показывает, насколько полно и удобно руководитель или бухгалтер небольшой торгово-сервисной компании может решить все задачи по управлению финансами компании в интернет-банке.

Компания имеет в штате сотрудников, поэтому в оценке интернет-банка большой вес имеют возможности и удобство работы с зарплатным проектом, корпоративными картами и доступами. Компания закупает товары у поставщиков, поэтому удобство работы со справочником контрагентов также важно.

Управление сервисами для приема платежей от физлиц – эквайринг, кассы, QR-эквайринг – входят в блок «Финансы», и поэтому вес этого блока выше, чем в предыдущем рейтинге.

3. Компания, ведущая ВЭД. Компания работает в сегменте В2В – импортирует или экспортирует любые товары для других компаний. Зарегистрирована в форме ИП или ООО, налогообложение УСН или ОСНО. Роли руководителя и бухгалтера разделены, основной бизнес-процесс осуществляется за счет работы наемных сотрудников.

На рисунке 25 показано, как оценивался рейтинг для компании, ведущей ВЭД.



Рисунок 25 – Оценка рейтинга Интернет-банков для компании, ведущей ВЭД [46]

Самыми весомыми блоками в расчете рейтинга интернет-банков для компании, ведущей ВЭД, являются Финансы и Документооборот. В блоке Финансы значительный вес отдан валютным операциям: конвертация и работа с валютными платежами. В блоке Документооборот очень важны возможности и удобство работы с документами валютного контроля, формирование инвойсов, контроль сроков.

В рейтинге самых эффективных интернет-банкингов для ИП лидерами являются Точка и ДелоБанк (таблица 16).

Лидер рейтинга – Точка. Уникальное свойство интернет-банка – новая информационная архитектура, которая опирается на совокупность ключевых сущностей бизнеса: Финансы, Контрагенты, Документы, Товары и услуги.

Помимо развитых сервисов, которые уже устоялись на рынке, Точка первая предлагает новые небанковские сервисы – например, становится посредником между клиентом и налоговой и берет на себя такие задачи предпринимателя, как управление кодами ОКВЭД и возможность сменить систему налогообложения (подать заявление на патент).

Точка X позволяет своим пользователям быть независимыми от канала и полноценно работать с банком с того устройства, которое сейчас находится под рукой: новые функции в интернет-банке и мобильном приложении внедряются параллельно, так что возможности мобильного банка практически не отличаются от интернет-банка. При этом интернет-банк Точка X обладает адаптивной версткой, поэтому работать с ним одинаково удобно как с десктопа, так и с мобильного браузера. Дизайн и архитектура интернет-банка и мобильного приложения едины.

Таблица 16 – Рейтинг лучших интернет-банков России для ИП по итогам работы 2020 года [46]

Место	Наименование банка	Оценка	Место	Наименование банка	Оценка
1	Точка	78,5	11	Веста Банк	47,2
2	ДелоБанк	78,4	12	ВТБ (Бизнес Онлайн Lite)	46,8
3	Альфа-Банк	75,1	13	Промсвязьбанк	46,4
4	Сбербанк	74,5	14	УБРиР (Light)	43
5	Тинькофф Банк	73	15	Локо-Банк	42,5
6	Модульбанк	72,1	16	Банк Авангард	29,2
7	Ак Барс Банк (Ак Барс Бизнес Драйв)	71,3	17	Банк Казани	28
8	Банк Открытие	58,2			
9	Совкомбанк	56,3			
10	Райффайзенбанк	55,8			

Лидерство Точки в этом году нельзя назвать единоличным. ДелоБанк, занявший второе место в рейтинге, отстает всего на десятую долю балла.

В этом году ДелоБанк значительно улучшил собственный сервис документооборота, реализовав по-настоящему уникальное на рынке решение по работе с документами, которое по своему функциональному наполнению сравнимо с самостоятельными облачными сервисами, но при этом лучше интегрировано с сущностями из ядра ИБ, такими как платежи и контрагенты.

Здесь проработана связь документов со справочником контрагентов (можно переходить по ссылкам из документов в карточку контрагента, для которого он был создан), с лентой платежей (можно переходить по ссылкам из карточки платежа в связанный документ и обратно), создание актов выполненных работ возможно не только на основе счета на оплату и как самостоятельный документ, но и на основе входящего платежа.

Также ДелоБанк предлагает возможность работать с документами для иностранных контрагентов. В отличие от Тинькофф Банка и Модульбанка, здесь можно сформировать инвойс, если предприниматель получил оплату от иностранного контрагента.

Что касается АО «Райффайзенбанк», то он занял 10 место в рейтинге.

АО «Райффайзенбанк» и Совкомбанк проработали собственные сервисы онлайн-бухгалтерии, которые максимально закрывают потребности ИП на УСН 6 %.

В рейтинге самых эффективных интернет-банкингов для торгово-сервисного предприятия лидерами являются ДелоБанк и Сбербанк (таблица 17).

Таблица 17 – Рейтинг лучших интернет-банков России для торгово-сервисного предприятия по итогам работы 2020 года [46]

Место	Наименование банка	Оценка	Место	Наименование банка	Оценка
1	ДелоБанк	79,8	11	Совкомбанк	46,1
2	Сбербанк	73,9	12	Промсвязьбанк	45,7
3	Точка	72,8	13	УБРиР (Light)	44,4
4	Тинькофф Банк	72,6	14	ВТБ (Бизнес Онлайн Lite)	40,1
5	Альфа-Банк	68,1	15	Банк Авангард	33,1
6	Ак Барс Банк (Ак Барс Бизнес Драйв)	67,6	16	Локо-Банк	32,6
7	Модульбанк	65,7	17	Банк Казани	27,1
8	Банк Открытие	52,3			
9	Райффайзенбанк	48,4			
10	Веста Банк	47			

Лучший Интернет-банк для ТСП – ДелоБанк. ДелоБанк отходит от популярного ранее пути интеграции с небанковскими сервисами и предлагает клиентам собственные разработки, за счет чего сохраняется целостность пользовательского опыта (даже в сравнении с бесшовными или вайт-лейбл интеграциями со сторонними сервисами).

ДелоБанк предлагает максимально широкий список сервисов для организации приема платежей в рознице: их можно подключить в интернет-банке и удобно работать с поступлениями.

Торговый, интернет-эквайринг и сервис приема платежей по QR-кодам через СБП объединены в собственном решении банка — ДелоКасса, которое также выполняет функцию онлайн-кассы по 54–ФЗ, обеспечивает клиента товароучетной системой и системой аналитики, которые доступны в интернет-банке.

Клиентам, у которых нет своего интернет-магазина, ДелоБанк дает возможность запустить онлайн-продажи, на базе профиля в социальной сети с помощью сервиса «Выставление счетов».

Сбербанк, Точка, Тинькофф Банк, Альфа-Банк, Ак Барс Банк, Модульбанк и Банк Открытие предлагают сервисы по работе с товарной базой, организации приема платежей в розничной торговле (эквайринг, онлайн-кассы), работе с сотрудниками (выплата зарплаты, управление доступами, инструменты кадрового учета) и инструменты работы с кредитными продуктами.

В Точке появились 2 сервиса: «Кадры», позволяет подготовить документы для трудоустройства нового сотрудника и рассчитать налоги, «Визитка» позволяет небольшой компании организовать онлайн-продажи, не имея интернет-магазина и товароучетной системы.

Пользователям СберБизнес доступны эффективные инструменты по работе с платежами, полученными по торговому и интернет-эквайрингу, с возможностью

построения подробных отчетов. А также – бесшовные интеграции с сервисами для работы с товарными базами и осуществления оптовых закупок – «На полке» и «Моя торговля».

Для многих продуктов Сбербанк реализовал дашборды – в частности, для работы с кредитами. Дашборды объединяют в себе все ключевые показатели по продукту, дают возможность контролировать текущую ситуацию и сроки, принимать решение, не покидая главную страницу раздела.

АО «Райффайзенбанк» занял в рейтинге 9 место.

АО «Райффайзенбанк» активно развивал инструменты по работе с действующими кредитами, запустил обмен данными через 1С DirectBank, предложил эффективный сервис по работе с зарплатным проектом и за счет этого поднялся на 9 место с 15 в прошлом году.

В рейтинге самых эффективных интернет-банкингов для компании, ведущей ВЭД, лидерами являются Альфа-Банк и Ак Барс Банк (таблица 18).

Таблица 18 – Рейтинг лучших интернет-банков России для компании, ведущей ВЭД, по итогам работы 2020 года [46]

Место	Наименование банка	Оценка	Место	Наименование банка	Оценка
1	Альфа-Банк	78,5	11	Промсвязьбанк	42,6
2	Ак Барс Банк (Ак Барс Бизнес Драйв)	76,6	12	Совкомбанк	42,4
3	ДелоБанк	76,4	13	ВТБ (Бизнес Онлайн Lite)	41,1
4	Сбербанк	75,9	14	УБРиР (Light)	39,2
5	Точка	75,3	15	Банк Авангард	34,1
6	Тинькофф Банк	67	16	Локо-Банк	32,7
7	Модульбанк	62,8	17	Банк Казани	27,4
8	Банк Открытие	58,9			
9	Веста Банк	49,3			
10	Райффайзенбанк	48,7			

Лидер рейтинга – Альфа-Банк. В Альфа-Бизнес Онлайн максимально проработаны сценарии по работе с валютой: например, в форме обмена доступны конверсионные операции не только по курсу банка, но и биржевой курс в режиме реального времени, можно совершить ордерную сделку и ознакомиться с графиками изменения курсов.

Максимально развит сделочный учет документов валютного контроля и движений средств в валюте. Широкие возможности по формированию инвойсов и календарь валютного контроля, помогающий избежать наказаний за нарушение сроков подачи документов. Эффективный сервис по отслеживанию статуса валютного платежа внутри банка и за его пределами (трекер SWIFT-GPI).

Прогрессивные Интернет-банки – Ак Барс Банк, ДелоБанк, Сбербанк, Точка: – обмен валюты онлайн по курсу биржи, ордерные сделки;

- группировка платежей и документов в рамках контракта, формирование инвойсов;
- отслеживание статуса платежей внутри банка и за пределами SWIFT-GPI;
- календарь/дашборд по важным событиям с возможностью перехода к целевому действию.

Кроме этого, почти каждый банк предлагает уникальные решения. Ак Барс – инструмент для запросов у банка документов ВЭД (от ВБК до подробного перечня допущенных нарушений валютного законодательства). Сбербанк – дашборд по управлению событиями ВЭД и валютного контроля, бесшовный переход к площадке поиска зарубежных контрагентов. Точка – комплексный сервис для выхода на зарубежный рынок.

Что касается АО «Райффайзенбанк», то он занял 10 место в рейтинге. АО «Райффайзенбанк» относится к банкам, предоставляющим базовые возможности для управления ВЭД в Интернет-банке.

Формы обмена валют содержат только базовые возможности, оформление валютного платежа и работа с документами валютного контроля не связаны логически или навигационно, движение средств и документы не группируются в рамках сделок, отсутствуют инструменты для контроля сроков.

2.3 Анализ эффективности Интернет-банкинга АО «Райффайзенбанк» по модели ТСО

Чтобы оценить эффективность внедрения и использования системы интернет-банкинга АО «Райффайзенбанк» необходимо оценить первоначальные затраты и последующие затраты, возникающие при эксплуатации системы. Анализ и оценка произведены на основе системы, созданной компанией R-Style Softlab. Затраты по проекту представлены в таблице 19. Основная часть средств была потрачена на приобретение самого программного обеспечения и, непосредственно, на его установку и настройку.

Таблица 19 – Затраты на покупку и эксплуатацию системы интернет-банкинга

Вид затрат	Сумма, тыс. руб.
1	2
Стоимость системы	5500
Второстепенное ПО	500
Покупка сервера	450
Затраты на сеть	250
Затраты на установку	600
Итого	7300

Окончание таблицы 19

1	2
Тех. поддержка разработчика	400
Создание канала связи	350
Зарплата сотрудников	900
Прочие затраты	230
Итого	1880

Самым большим видом затрат по объему является стоимость системы интернет-банкинга, что не удивительно, так как большое количество средств уходит именно на нее. Что в себя может включать стоимость системы, мы можем видеть в таблице 20.

Таблица 20 – Стоимость системы интернет-банкинга

Вид затрат	Сумма, тыс. руб.
Разработка системы	3200
Оптимизация системы	1000
Создание интерфейса	250
Первичная настройка системы	400
Первичное тестирование	150
Прочие затраты	500

Как мы можем видеть, разработка системы интернет-банкинга является дорогостоящим делом, и этот процесс занимает большую часть в данном виде затрат (3.2 млн. рублей). Оптимизация системы также является сложным и кропотливым процессом, который требует большого количества внимания и времени для того, чтобы система работала на оборудовании Банка без ошибок и возможных сбоев. Поэтому оптимизация тоже не дешевая (1 млн. рублей). Интерфейс создается по требованиям Банка, который имеет свои предпочтения, при этом учитываются пожелания клиентов. Первичная настройка системы показывает взаимодействие всех компонентов и функций системы интернет-банкинга. Первичное тестирование проходит на тестовом оборудовании для проверки работоспособности системы на компьютерах.

Помимо основного программного обеспечения, в работе системы интернет-банкинга немалую роль играют второстепенные ПО, выполняющие определенные функции в системе. Они не влияют на работу системы напрямую и могут выполнять такие функции, как обеспечение безопасности, диагностика и т. д. Что входит во второстепенное ПО, мы можем увидеть в таблице 21. Хотя затраты на второстепенное программное обеспечение не будут такими большими, как на основное ПО, тем не менее данные системы обеспечивают надежность функционирования системы интернет-банкинга со стороны. Программы диагностики, как следует из названия, могут проводить периодическую диагностику системы выявляя возможные сбои и ошибки.

Таблица 21 – Второстепенное программное обеспечение системы интернет-банкинга

Вид затрат	Сумма, тыс. руб.
Программы диагностики	90
Антивирусные программы	140
Программы обслуживания серверов	120
Программы обслуживания сети	85
Прочие затраты	65

Антивирусные программы обеспечивают безопасность системы от вредоносных программ и сторонних файлов. Программы обслуживания серверов периодически проводят обновления, чтобы не возникало никаких нюансов при работе системы интернет-банкинга. Для хранения данных клиентов банк закупает сервера, которые также требуют периодического обслуживания и, иногда, замены комплектующих сервера. Данные о затратах приведены в таблице 22.

Таблица 22 – Покупка сервера для интернет-банка

Вид затрат	Сумма, тыс.руб.
Корпус сервера	10
Жесткие диски	150
Оперативная память	42
Материнская плата	25
Процессор	250
Блок питания	23

Устройство сервера имеет похожие черты с персональным компьютером, поэтому некоторые комплектующие совпадают с системным блоком. Основная часть затрат уходит на процессор (250 тыс. рублей), так как доступ к данным и обслуживание операции должно пройти с максимально большой скоростью. Также сервер должен иметь большой объем памяти, что хранить данные о большом числе клиентов, поэтому затраты на жесткие диски идут сразу после затрат на процессор (150 тыс. рублей).

Затраты на сеть для системы интернет-банкинга можно увидеть в таблице 23.

Таблица 23 – Затраты на сеть для системы интернет-банкинга

Вид затрат	Сумма, тыс. руб.
Сетевой шлюз	120
Коммутатор LAN	45
Модемная стойка	50
Прочие затраты	35

Затраты на сеть для интернет-банкинга включают в себя покупку различных сетевых компонентов, таких как шлюз и коммутатор, чтобы обеспечить быструю и бесперебойную сетевую связь между клиентом и самим Банком.

Рассмотреть затраты Банка на заработную плату сотрудников можно в таблице 24.

Таблица 24 – Затраты на сотрудников

Сотрудник	Сумма, тыс. руб.
Сисадмин	300
Инженер-разработчик	250
Программист второстепенного ПО	100
Web-дизайнер	80
Прочие	170

Самыми главными сотрудниками, связанными с системой интернет-банкинга, являются, непосредственно, сами инженеры разработчики системы, а также системные администраторы (или сисадмины), поэтому у них довольно крупная заработная плата.

Инженер-разработчик, что понятно из названия, занимается разработкой системы интернет-банкинга, создает и расширяет ее функции, обеспечивает оперативность ее работы. Сисадмины отвечают за работоспособность системы уже непосредственно в Банке, создавая благополучную среду для работы и функционирования системы, а также занимаются обслуживанием и поддержкой серверов Банка.

Для расчета затрат на внедрение и организацию системы интернет-банкинга АО «Райффайзенбанк», будет использован метод ТСО.

Перейдем к расчету затрат за первый год внедрения и работы системы интернет-банкинга.

Затраты за первый год работы системы мы рассчитаем по следующей формуле ТСО (1)

$$ТСО = 7300 + 1800 \cdot 12 = 29\,860 \text{ тыс. руб.}$$

Для систем дистанционного банковского обслуживания существует особая косвенная стоимость, которая выражается в отнесении части затрат на операции для обслуживания и профилактики системы. Данную стоимость можно рассчитать по формуле (6).

Если верить оценкам АО «Райффайзенбанк», то ежедневно совершается около 25 000 операций через систему интернет-банкинга. Тогда получается, что:

$$S_{dbo} = \frac{1880000}{25000 \cdot 30} = 2,5 \text{ руб.}$$

Подобным способом мы можем также рассчитать стоимость проведения одной операции в банковском отделении. По статистике Банка, совокупные затраты одного отделения банка в месяц составляют 250 тыс. рублей, среднее количество проведенных операций в день – 260. Тогда получается, что:

$$S_{omo} = \frac{250000}{260 \cdot 30} = 32,05 \text{ руб.}$$

Как мы можем видеть, себестоимость проведения банковской операции через систему дистанционного банковского обслуживания почти в 13 раз ниже, чем при обслуживании людей в реальном офисе Банка. Использование автоматизированной

системы интернет-банкинга полностью себя оправдывает, так как требуется меньший объем затрат каждый месяц. Использование и внедрение систем ДБО, в частности интернет-банкинга, является большим преимуществом в деятельности Банка и способствует улучшению эффективности бизнеса.

Если говорить об оценке эффективности, то можно выделить два направления – это сравнение достигнутого экономического эффекта (например, полученная прибыль от использования системы интернет-банкинга за определенный период времени) и оценка эффективности работы системы в текущем периоде (рентабельность, стоимость обслуживания одного клиента и прочее).

Чистую прибыль от интернет-банкинга оценить довольно сложно, так как, как правило, основной доход такая система дает косвенно. Прямой доход очень мал или вообще отсутствует, так как в АО «Райффайзенбанк» нет платы за использование системы интернет-банкинга.

Рассчитаем прирост прибыли при внедрении системы интернет-банкинга. Из множества операций, совершаемых Банком ежедневно, 25 000 приходится на интернет-банк. Из расчетов выше, мы знаем, что экономия на проведение одной операции через интернет-банк составляет 29,5 рублей, чем через проведение операции по традиционному методу. Следовательно, мы можем сосчитать, что $29,5 * 25\ 000 = 737,5$ тыс. рублей, что является ежедневной экономией Банка и приростом прибыли за счет использования системы интернет-банкинга. За один квартал Банк экономит $737,5 * 90 = 66\ 375$ тыс. рублей.

Но, как мы посчитали до этого, стоимость внедрения проекта системы за год составляет 29860 тыс. рублей, что, при ежегодном приросте прибыли ($66\ 375 * 4 = 265\ 500$ тыс. рублей) делает данную систему весьма экономически эффективной.

Помимо экономической выгоды, банк получает ряд неэкономических преимуществ. К ним можно отнести такие, как:

- банк приобретает большую лояльность среда клиентов, а также многократно увеличивает свою клиентскую базу;
- при внедрении подобной системы Банк получает большое конкурентное преимущество;
- банк применяет последние технологии в сфере технической и сетевой деятельности.

Таким образом, можно сказать, что оценить экономическую эффективность внедрения и использования системы достаточно сложно, и неоднозначно. Однако система все равно достаточно эффективна, а ее использование прибыльно для банка.

Выводы по разделу 2

Таким образом, дистанционное банковское обслуживание в АО «Райффайзенбанк» представлено следующими сервисами:

- обслуживание клиентов в контактном центре;
- телефонный банк;
- СМС-информирование;

- Интернет-банк;
- мобильный-банк;
- сервис контроля и оплаты платежей по кредиту «Кредитный кабинет»;
- банкоматы и терминалы банка.

Далее проведен анализ интернет-банкинга в АО «Райффайзенбанк». Были проанализированы функциональные возможности дистанционного обслуживания банка и рассмотрены рейтинга АО «Райффайзенбанк» на рынке Интернет-банкинга. На основании проведенного анализа и рейтингов, опубликованных аналитическими агентствами, выявлены основные проблемы и недостатки интернет-банкинга в АО «Райффайзенбанк».

Оценить экономическую эффективность внедрения и использования такой системы достаточно сложно. Более-менее достоверный расчёт экономической эффективности очень трудоёмок, а порой даже и невозможен из-за отсутствия учётных данных.

Также оценка инвестиционного проекта как такового не даст полного анализа эффективности при внедрении ИТ, так как они не охватывают всех особенностей ИТ-проектов. Поэтому оценивать такие проекты нужно не только с точки зрения его экономической выгоды.

Внедрение и использование системы Интернет-банкинга в первый год работы составляет 29 860 тыс. руб. по методу ТСО.

Стоимость одной операции в отделении банка стоит около 32 руб., через Интернет-банкинг – 2,5 руб. Это дает экономию, а значит и прирост прибыли около 66 375 тыс. руб., за квартал. Это небольшая часть в сумме общей прибыли банка, но относительно затрат достаточно значительна. Кроме того, нельзя не оценивать повышение лояльности клиентов, расширение клиентской базы в целом, так как доступ к банку можно получить в любое время в любом месте.

3 РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО ПОВЫШЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГА АО «РАЙФФАЙЗЕНБАНК»

3.1 Проблемы и направления развития интернет-банкинга АО «Райффайзенбанк»

Главная проблема ДБО и Интернет-банкинга в частности в России – отсутствие специального законодательства, регулирующего деятельность. Вопросы, которые возникают при обслуживании, нуждаются в правовом урегулировании, касаются общих положений организации и функционирования платежных систем. Существующие законодательные акты разрознены, положения ГК РФ применимы в ограниченной степени. Основными актами являются: Об электронной цифровой подписи, О рекомендациях по организации управления рисками, возникающими при осуществлении кредитными организациями операций с применением систем «Интернет-банкинга», О порядке информирования кредитными организациями ЦБ РФ об использовании в своей деятельности «Интернет технологий» и др. Поэтому требуется разработка концептуальной системы регулирования ДБО, т.к. для развития национальной платежной системы важное значение имеет правовое обеспечение.

Правовые конструкции услуг мобильного банкинга операторов сотовой связи во многом аналогичны юридическим схемам, обеспечивающим функционирование небанковских электронных платежных систем, использующих для осуществления расчетов так называемые электронные кошельки. Законодателю необходимо в кратчайшие сроки определить условия, порядок и правила оказания услуг «Мобильного Банкинга» небанковскими организациями. При этом возможно их превращение в банковских платежных агентов.

Отдельные авторы ставят вопрос о правовой природе расчетов посредством мобильного банкинга операторов сотовой связи.

Технологическая проблема ДБО применительно к физическим лицам.

Проблемы технологического характера применительно физических лиц имеются в:

- расширение платежных возможностей «Интернет Банкинга» путем добавления новых контрагентов в список платежей достигло своего предела. Особенно заметна эта проблема при оплате государственных, муниципальных и коммунальных услуг, в которых название контрагентов конфликтуют между собой;
- проблеме развития сервисов (персональный финансовый менеджер – PFM), трудности не в инструменте, а в отсутствии управления деньгами у населения;
- совместимости «Интернет Банкинга» с государственными, муниципальными и коммунальными службами для упрощения совершения платежей;
- отсутствие удобных справок, гидов и руководств пользователя, контекстно встроенных в интерфейс Интернет-банка, связанных с ограничениями разной степени жесткости со стороны программных модулей и платформ. С развитием и внедрением IP-технологий функциональные возможности «Интернет Банкинга» расширятся;

– недостаточной квалификации кадров и низком уровне подготовленности пользователей.

Основные перспективные направления развития дистанционных банковских услуг в России.

1. Изучение потребностей клиентов позволит следить за банковскими продуктами конкурентов, выявляя среди них наиболее привлекательные для клиентов.

2. Развитие и распространение сети дистанционного банковского обслуживания, которое позволит использовать различные каналы взаимодействия на клиента, предоставлять им не только традиционные банковские услуги, но и новые продукты должного качества.

3. Уменьшить контроль за клиентом. Позволит общаться с клиентом на доверительной основе, закрепить за банком положительный имидж и привлечь новых клиентов.

4. Электронная доставка услуг клиентам. Выражается в удобстве для клиентов; сравнительно легком охвате большого числа потребителей на финансовом рынке через глобальные сети телекоммуникаций; возможности круглосуточного предоставления услуг и быстрого изменения предоставляемых услуг в ответ на изменения требований рынка; проведении оперативного маркетингового анализа спроса на отдельные банковские продукты; предоставления потенциальным клиентам возможности в режиме реального времени детально познакомиться с интересующими их банковскими продуктами и выбрать наиболее подходящие.

5. Внедрение цифровых банковских услуг. Позволит создавать на рынке имидж современного и динамично развивающегося банка, что интуитивно положительно воспринимается клиентами.

Выявленные проблемы дистанционного банковского обслуживания в России возможно решить следующим образом.

1. Управление рисками дистанционного обслуживания. Предполагает обеспечение постоянного контроля не только в рамках работы аппаратно-программного обеспечения систем дистанционного обслуживания, но и осуществления отдельных операций и массивов банковских данных.

При организации управления рисками дистанционного обслуживания и принятии внутренних документов рекомендуется учитывать:

- развитие и зависимость от инновационных технологий электронного обслуживания;
- эффективность внедрения внутрибанковских автоматизированных систем с применением новых «Интернет технологий»;
- совершенствование управления банковской деятельности и рисками дистанционного обслуживания, внутреннего контроля с учетом применения Интернет-технологии;
- повышения квалификации специалистов.

2. Для обеспечения эффективности управления рисками с применением систем дистанционного обслуживания, рекомендуется:

- обеспечивать точное соответствие развития дистанционного обслуживания физических лиц стратегическим целям;
- разрабатывать и внедрять процедуры мониторинга банковских операций и их анализ в системе дистанционного обслуживания;
- осуществлять контроль за дистанционным банковским обслуживанием, ориентированным на снижение сопутствующих рисков;
- обеспечивать своевременное повышение производительности внутрибанковских автоматизированных систем с учетом расширения клиентской базы, развития и внедрения банковских продуктов и расширения потребностей физических лиц;
- предусматривать способы и средства обслуживания физических лиц в случае неожиданного прекращения функционирования провайдеров или сети Интернет в случае чрезвычайных обстоятельств.

3. Для качественного дистанционного банковского обслуживания физических лиц рекомендуется обеспечить:

- предоставление технологически современных услуг, полноту и достоверность информации, представляемой на WEB-сайтах;
- легкость ввода данных при осуществляемых банковских операциях;
- постоянный контроль доступа к аппаратно-программному обеспечению систем;
- обеспечение безопасности электронных платежей;
- целостность выполнения операций;
- независимо распоряжаться денежными средствами, находящимися на счетах.

Также банкам рекомендуется оказывать методологическую и консультационную помощь физическим лицам о принимаемых ими рисках, а также необходимом комплексе мер по защите информации.

Выявленные проблемы и пути решения дистанционного банковского обслуживания в России сведем в таблицу 25.

Таким образом, для удержания и привлечения клиентов в банк необходим полный комплекс банковских продуктов и услуг. Только при таком подходе дистанционное банковское обслуживание клиентов – физических лиц позволит банкам удержать и привлечь новых клиентов. Для этого необходимо заниматься разработкой и внедрением современных банковских продуктов и услуг, что обеспечит постоянную клиентскую базу в систему дистанционного банковского обслуживания.

На данный момент фаза массового внедрения дистанционного банковского обслуживания в России уже пройдена. Банкам остается только расширять свой функционал, совершенствовать работу, упрощать процессы и уделять особое внимание рекламе такого сервиса.

Таблица 25 – Проблемы дистанционного банковского обслуживания в России

Проблема	Направление	Пути решения
1	2	3
Законодательства	Разработка общих положений организации и функционирования платежных систем	Разработка концептуальной системы регулирования ДБО с определением условий, порядка и правил оказания услуг «Мобильного Банкинга» не банковскими организациями
Технологическая	<ol style="list-style-type: none"> 1. Расширение платежных возможностей «Интернет Банкинга» 2. Развитие сервисов 3. Совместимость «Интернет Банкинга» с государственными, муниципальными и службами ЖКХ 4. Отсутствие удобных справок, гидов и руководств пользователя в интерфейсе Интернет-банка 5. Недостаточная квалификация кадров и низкий уровень подготовленности пользователей 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Добавление новых контрагентов в список платежей 2. Разработка персонального финансового менеджера – RFM по управлению деньгами населения 3. Модернизация совместимости программ, разработка совместимых приложений 4. Разработка программных модулей и платформ при помощи современных IP-технологий 5. Для кадров организовывать курсы переподготовки, для пользователей – на сайте пошагово описывать действия

Продолжение таблицы 25

1	2	3
Управления рисками ДБО	<p>1. Развитие инновационных технологий электронного обслуживания</p> <p>2. Внедрение внутрибанковских автоматизированных систем с применением новых «Интернет технологий»</p> <p>3. Совершенствование управления банковской деятельности, рисками ДБО, внутреннего контроля.</p>	<p>Обеспечение постоянного контроля аппаратно-программного обеспечения ДБО, и отдельных операций и массивов банковских данных.</p>
Обеспечения эффективности управления рисками ДБО	<p>1. Развитие ДБО согласно стратегическим целям.</p> <p>2. Мониторинг банковских операций и их анализ в системе ДБО</p> <p>3. Контроль за ДБО</p> <p>4. Повышение производительности внутрибанковских автоматизированных систем</p> <p>5. Обеспечение обслуживания физ.лиц в случае неожиданного прекращения электронного обслуживания</p>	<p>1. Обеспечивать точное соответствие развития ДБО стратегическим целям.</p> <p>2. Разрабатывать и внедрять процедуры мониторинга банковских операций и их анализ</p> <p>3. Осуществлять контроль за ДБО ориентированным на снижение рисков</p> <p>4. Повышать производительность систем с учетом расширения клиентской базы, внедрения новых продуктов с учетом потребностей физ.лиц</p> <p>5. Разрабатывать способы и средства обслуживания физ.лиц в случае неожиданного прекращения функционирования провайдеров или сети Интернет, чрезвычайных обстоятельств</p>

Окончание таблицы 25

1	2	3
Качества ДБО	1. Предоставление технологически современных услуг, полноту и достоверность информации, представляемой на WEB-сайтах	Оказывать методологическую и консультационную помощь

В связи с распространением использования дистанционного обслуживания появились и новые виды мошенничества, связанные с удаленным хищением средств, обусловленные либо недоработками системы, либо невыполнением клиентами мер информационной безопасности и передачей своих персональных данных. Ведь большинство мошеннических действий происходит по вине самих клиентов, так же возможно и совершение действий под воздействием мошенников, когда клиенты самостоятельно проводят операции.

Не исключением является и АО «Райффайзенбанк». Банку необходимо обращать особое внимание на безопасность всех совершаемых операций. Если услуга не будет хорошо защищена, то она будет невостребованной, несмотря на массу ее преимуществ перед сервисами иных банков. Также частые подобные инциденты негативно отражаются на имидже банка.

Поэтому чтобы не утратить имидж в глазах своих клиентов в АО «Райффайзенбанк» особое внимание должно уделяться предупреждению мошеннических действий и высокому уровню защиты информационной безопасности данных о клиентах банка.

Предупреждение мошеннических действий можно осуществить с помощью следующих мер:

- подтверждения действий, проводимых в каналах дистанционного обслуживания, дополнительным сообщением (пин-код, m-пароль, подтверждение в режиме диалога в call-центре);
- информирования клиента на официальных сайтах и в самих программных продуктах о мерах информационной безопасности;
- ограничения операций, проводимых в один день, суточными лимитами.

Предложенные меры позволят обезопасить клиентов АО «Райффайзенбанк» от потерь, хоть и не в полной мере, так как клиент может сам предоставить персональные данные и в этом случае банк не несет ответственность за проведенные операции.

Также некоторые банки активно внедряют кампусные проекты в российских вузах. Такие проекты позволяют привлечь молодую аудиторию клиентов, тем самым привлекая в будущем новых клиентов банка. Поэтому и АО «Райффайзенбанк» может быть разработан и внедрен свой кампусный проект. Кампусный проект представляет собой цифровую экосистему, которая включает в себя такие основные компоненты как:

- осуществление интернет-оплаты за обучение на сайте ВУЗа;

- наличие бесконтактной системы прохода;
- наличие сервисов бесконтактных платежей (Samsung Pay, Apple Pay);
- осуществление оплаты в одно касание Pay Pass;
- использование мобильного приложения.

В рамках данного проекта АО «Райффайзенбанк» может быть реализован огромный ряд технических решений. Среди основных составляющих проекта можно выделить две:

1. Техническое оснащение с участием финансирования АО «Райффайзенбанк»:

- система контроля и управления доступом (СКУД);
- банкоматы, терминалы;
- интернет-эквайринг (портал Вуза);
- бесконтактная структура эквайринга.

2. Бесплатный платежный инструмент, набор нефинансовых приложений – кампусная карта:

- электронный пропуск на территорию университета;
- электронный студенческий и читательский билет;
- электронная зачетная книжка;
- электронная подпись (документов);
- электронный журнал посещения студентов;
- корпоративная программа лояльности;
- бесконтактная технология с использованием смартфонов.

Благодаря предложенному инновационному проекту студенты получают карту, совмещающую в себе множество функций – это и пропуск в учебное заведение, и читательский билет, и карта для зачисления стипендии. При этом список всего функционала новой карты не ограничивается.

Студенты и преподаватели ВУЗа получают многофункциональную карту, сочетающую как финансовые, так и не финансовые сервисы и возможности. Сама по себе кампусная карта должна быть картой MasterCard с технологией бесконтактной оплаты PayPass, позволяющей совершать покупки в одно касание с POS-терминалом.

Привлекательность карты и проекта в целом заключается также в том, что это не просто банковская карта, а некий ключ доступа ко многим возможностям учебного заведения. К тому же держатели кампусных карт получают возможность пользоваться абсолютно всеми преимуществами, которые доступны клиентам АО «Райффайзенбанк», в том числе и интернет-банкингом.

Введение новых карт в рамках предложенного проекта позволит привлечь новую аудиторию банка, так как это предложение действительно очень привлекательно для студентов, поскольку студенты – это та категория людей, которая первой подхватывает все новшества. Поэтому данная карта в рамках предложенного проекта может стать популярной среди студентов.

Поэтому развитие интернет-банкинга и современных банковских услуг для АО «Райффайзенбанк» является очень актуальным и позволит банку привлечь дополнительную аудиторию и соответственно увеличить доходность банка.

Кроме того, как и во всякой системе, пользование интернет-банкингом имеет свои риски. Как правило, многие банки регламентируют правила безопасности и предостережения по эксплуатации программных модулей. Несоблюдение предлагаемых мер безопасности может привести к денежным потерям. В этой связи для проведения финансовых операций необходимо:

- установить систему антивирусной защиты и несанкционированного доступа в профиль из лицензионных сайтов поставщика;
- установить соединение непосредственно с сервисом обслуживающего банка, проверить префикс «http» перед сайтом кредитной организации в целях предостережения входа в систему мошеннических интернет-ресурсов;
- не оставлять в открытом доступе ПК, завершить сеанс по окончании проведения тех или иных операций в системе интернет-банкинга;
- стирать персональные данные (логин и пароль) на ПК и не давать их никому;
- систематически менять пароль входа в интернет-банкинг (раз в пару месяцев);
- максимально избегать сеансов онлайн-банка в общественных интернет-кафе и других публичных местах, имеющих незащищенный вход;
- отслеживать регулярно выписки по счетам (в целях предостережения мошеннических атак).

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что интернет-банкинг в АО «Райффайзенбанк» требует технической доработки, несмотря на бурное развитие за последние годы. Не существует никаких преград замедления совершенствования дистанционного банковского обслуживания и в будущие годы. В целях повышения привлекательности ДБО в глазах клиентов, АО «Райффайзенбанк» следует проводить обучающие уроки по пользованию онлайн-сервисов и бесплатные консультации по защите персональных данных и счетов клиента от злоумышленников. Такая практика должна обеспечить существенное снижение краж денежных средств клиента и снижение сообщений о хищениях в СМИ, что в свою очередь повысит уровень доверия клиентов интернет-банкинга. Следует также рассмотреть правовое регулирование систем дистанционного обслуживания и безукоризненно следовать принимаемым Банком России положениям.

3.2 Расчет и оценка эффективности предложенных рекомендаций

Далее в рамках проведенного исследования осуществим расчет экономической эффективности предложенных мер по совершенствованию модели интернет-банкинга в АО «Райффайзенбанк». Для наглядности и удобства представления расчет экономической эффективности проекта мероприятий представлен в таблице 26.

Расходы на внедрение предложенного инвестиционного проекта включают четыре направления:

- выпуск карт для студентов и преподавателей ВУЗов;
- разработка удобного для пользователей интерфейса, который включает все функции, предложенные в рамках кампусного проекта;

- установка дополнительных банкоматов и терминалов;
- повышение уровня защиты.

1. Выпуск карт для студентов и преподавателей ВУЗов для АО «Райффайзенбанк» будет иметь не высокие затраты. Предполагается, что банком будет привлечено порядка 20 высших учебных заведений России. Поэтому количество карт, которые будут выпущены банком составит 60 тыс. карт. Учитывая новый дизайн и характеристики карт (наличие Pay Pass) затраты на выпуск таких карт составят около 1850 тыс. руб.

2. Затраты на разработку нового удобного интерфейса интернет-банкинга, который позволит в полной мере реализовать функции предложенного проекта, составляют весомую долю в числе всех затрат. Именно удобный интерфейс позволит не только привлечь клиентов в АО «Райффайзенбанк» на период их учебы в высших учебных заведениях, но и оставит положительный отпечаток в работе с ним и в дальнейшем когда-то студент, а сейчас уже работник не сможет отказаться от услуг интернет-банкинга АО «Райффайзенбанк». Величина затрат на разработку и внедрение нового интерфейса интернет-банкинга АО «Райффайзенбанк» составит 5 320 500 тыс. руб.

Таблица 26 – Экономический эффект от предложенного проекта по совершенствованию интернет-банкинга в АО «Райффайзенбанк» и увеличению доходности банка
в тыс. руб.

Наименование показателя	Сумма, тыс.руб.
1. Расходы на внедрение инвестиционного проекта	5 350 600
– выпуск карт	1850
– разработка надлежащего интерфейса интернет-банкинга	5 320 500
– установка дополнительных банкоматов и терминалов	19 500
– повышение уровня защиты	8750
2. Доходы от реализации предложенного проекта	11 230 000
3. Экономический эффект	5 879 400

В рамках данных затрат по предложенному проекту АО «Райффайзенбанк» будет реализован огромный ряд технических решений: Система контроля и управления доступом (СКУД); интернет-эквайринг (портал Вуза); Бесконтактная структура эквайринга; Электронный пропуск на территорию университета; Электронный студенческий и читательский билет; Электронная зачетная книжка; Электронная подпись (документов); Электронный журнал посещения студентов; Корпоративная программа лояльности; Бесконтактная технология с использованием смартфонов.

3. На установку банкоматов и терминалов в рамках предложенного проекта банком будет потрачено около 19 500 тыс. руб. Предполагается, что в каждом ВУЗе будет установлен один банкомат и несколько терминалов, количество которых зависит от численности студентов в ВУЗе.

4. На внедрение предлагаемых мер безопасности банком будет потрачено около 8 750 тыс.руб. Помимо усиления защищенности несанкционированного доступа к банковским счетам клиентов АО «Райффайзенбанк» посредством интернет-банкинга банком будет разработана инструкция мер безопасности для пользователей интернет-банкинга АО «Райффайзенбанк».

Предполагаемые доходы от реализации предложенного проекта составят 11 230 000 тыс. руб. Предполагается, что проект позволит привести 100 000 новых клиентов. По данным банкам, каждый клиент принесет доход банку 112 300 руб.

Общая величина расходов на реализацию предложенного проекта совершенствования интернет-банкинга в АО «Райффайзенбанк» составит 5 350 600 тыс.руб. Размер привлеченного дополнительного дохода за счет привлечения новых клиентов-пользователей интернет-банкинга составит 11 230 000 тыс.руб. Доходы банка в два раза превысят его расходы. Экономический эффект составит 5 879 400 тыс.руб. поэтому предложенный план мероприятий достоин внимания и реализации.

Далее рассмотрим изменение объемов операций, совершаемых с помощью Интернет-банкинга, и традиционных операций в АО «Райффайзенбанк» (таблица 27).

Таблица 27 – Изменение объемов операций, совершаемых с помощью Интернет-банкинга, и традиционных операций в АО «Райффайзенбанк» после мероприятий

в млрд. руб.

Показатель	2018 г.	2019 г.	2020 г.	После мероприятий	Абсолютное отклонение	Темп роста, %
Объем операций Интернет-банкинга	49,3	52,9	57,1	68,3	11,2	119,61
Объем традиционных операций	1471,3	1529,5	1547,7	1547,7	0	100,00
Итого	1520,6	1582,4	1604,8	1616	11,2	100,70

Таким образом, объемы операций Интернет-банкинга увеличатся на 11,2 млрд. руб., темп роста составит 119,61%.

Изменение структуры объемов операций, совершаемых с помощью Интернет-банкинга, и традиционных операций в АО «Райффайзенбанк» представлена в таблице 28.

Таблица 28 – Изменение структуры объемов операций, совершаемых с помощью Интернет-банкинга, и традиционных операций в АО «Райффайзенбанк» после мероприятий

в %

Показатель	2018 г.	2019 г.	2020 г.	После мероприятий	Абсолютное отклонение	Темп роста, %
Объем операций Интернет-банкинга	3,24	3,34	3,56	4,23	0,67	118,79
Объем традиционных операций	96,76	96,66	96,44	95,77	-0,67	99,31
Итого	100,00	100,00	100,00	100,00	0,00	100,00

Таким образом, доля Интернет-банкинга в структуре операций АО «Райффайзенбанк» после мероприятий увеличится на 0,67 %.

В таблице 29 рассмотрим изменение количества счетов физических лиц АО «Райффайзенбанк» с дистанционным доступом.

Таблица 29 – Изменение количества счетов физических лиц АО «Райффайзенбанк» дистанционным доступом после мероприятий

в ед.

Показатель	2018 г.	2019 г.	2020 г.	После мероприятия	Абсолютное отклонение	Темп роста, %
Счета с доступом в Интернет	654 711	821 105	921 705	1 021 705	100 000	110,85
Счета с доступом через устройства мобильной связи	534 502	788 370	895 939	995 939	100 000	111,16
Общее количество счетов	932 115	1 121 703	1 213 559	1 313 559	100 000	108,24

Таким образом, количество счетов как с доступом в Интернет, так и с доступом через устройства мобильной связи увеличится после мероприятий на 10,85 % и 11,16 % соответственно.

В таблице 30 рассмотрим изменение структуры счетов физических лиц АО «Райффайзенбанк» с дистанционным доступом.

Таблица 30 – Изменение структуры счетов физических лиц АО «Райффайзенбанк» с дистанционным доступом после мероприятий

Показатель	2018 г.	2019 г.	2020 г.	После мероприятий	Абсолютное отклонение	Темп роста, %
Счета с доступом в Интернет	70,24	73,20	75,95	77,78	1,83	102,41
Счета с доступом через устройства мобильной связи	57,34	70,28	73,83	75,82	1,99	102,70
Общее количество счетов	100,00	100,00	100,00	100,00	0,00	100,00

Таким образом, доля счетов с доступом в Интернет увеличилась с 75,95 % в 2020 г. до 77,78 % после мероприятий. Доля счетов с доступом через устройства мобильной связи увеличилась с 73,83 % в 2020 г. до 75,82 % после мероприятий.

В таблице 31 рассмотрим изменение количества пользователей услуг интернет-банка и мобильного банкинга в АО «Райффайзенбанк».

Таблица 31 – Изменение количества пользователей услуг интернет-банка и мобильного банкинга в АО «Райффайзенбанк» после мероприятий

Показатель	2018 г.	2019 г.	2020 г.	После мероприятий	Абсолютное отклонение	Темп роста, %
Интернет-банк	218 237	283 140	329 180	464 895	100 000	127,41
Мобильный бандинг	178 167	254 313	279 981	411 231	100 000	132,13
Общее количество пользователей	310 705	350 532	367 745	498 048	100 000	125,12

Таким образом, количество пользователей услуг как интернет-банка, так и мобильного банкинга увеличится после мероприятий на 27,41 % и 32,13 % соответственно.

Выводы по разделу 3

Выявленные проблемы дистанционного банковского обслуживания в России возможно решить по следующим направлениям:

- управление рисками дистанционного обслуживания;
- обеспечение эффективности управления рисками с применением систем дистанционного обслуживания;
- обеспечение качественным дистанционным банковским обслуживанием физических лиц.

Чтобы не утратить имидж в глазах своих клиентов в АО «Райффайзенбанк» особое внимание должно уделяться предупреждению мошеннических действий и высокому уровню защиты информационной безопасности данных о клиентах банка.

Предупреждение мошеннических действий можно осуществить с помощью следующих мер:

- подтверждения действий, проводимых в каналах дистанционного обслуживания, дополнительным сообщением (пин-код, m-пароль, подтверждение в режиме диалога в call-центре);
- информирования клиента на официальных сайтах и в самих программных продуктах о мерах информационной безопасности;
 - ограничения операций, проводимых в один день, суточными лимитами.

Предложенные меры позволят обезопасить клиентов АО «Райффайзенбанк» от потерь, хоть и не в полной мере, так как клиент может сам предоставить персональные данные и в этом случае банк не несет ответственность за проведенные операции.

В АО «Райффайзенбанк» может быть разработан и внедрен свой кампусный проект.

Кампусный проект представляет собой цифровую экосистему, которая включает в себя такие основные компоненты как:

- осуществление интернет-оплаты за обучение на сайте ВУЗа;
- наличие бесконтактной системы прохода;
- наличие сервисов бесконтактных платежей (Samsung Pay, Apple Pay);
- осуществление оплаты в одно касание Pay Pass;
- использование мобильного приложения.

Благодаря предложенному инновационному проекту студенты получают карту, совмещающую в себе множество функций – это и пропуск в учебное заведение, и читательский билет, и карта для зачисления стипендии. При этом список всего функционала новой карты не ограничивается.

Привлекательность карты и проекта в целом заключается также в том, что это не просто банковская карта, а некий ключ доступа ко многим возможностям

учебного заведения. К тому же держатели кампусных карт получают возможность пользоваться абсолютно всеми преимуществами, которые доступны клиентам АО «Райффайзенбанк», в том числе и интернет-банкингом.

Введение новых карт в рамках предложенного проекта позволит привлечь новую аудиторию банка, так как это предложение действительно очень привлекательно для студентов, поскольку студенты – это та категория людей, которая первой подхватывает все новшества. Поэтому данная карта в рамках предложенного проекта может стать популярной среди студентов.

Общая величина расходов на реализацию предложенного проекта совершенствования интернет-банкинга в АО «Райффайзенбанк» составит 5 350 600 тыс.руб. Размер привлеченного дополнительного дохода за счет привлечения новых клиентов-пользователей интернет-банкинга составит 11 230 000 тыс.руб. Доходы банка в два раза превысят его расходы. Экономический эффект составит 5 879 400 тыс.руб.

Поэтому развитие интернет-банкинга и современных банковских услуг для АО «Райффайзенбанк» является очень актуальным и позволит банку привлечь дополнительную аудиторию и соответственно увеличить доходность банка.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В условиях жесткой конкуренции на рынке банковских услуг банки вынуждены наращивать свои конкурентные преимущества, предлагая свои клиентам более качественные услуги. При этом показатели качества услуг расширяются, включают все новые: оперативность, удобство, инновационность.

Одним из важных факторов, характеризующих банковские услуги, выступает их доступность. Доступ к банковским услугам осуществляется через каналы, которые значительно расширяются в рамках дистанционной системы банковского обслуживания. В настоящее время уровень развития дистанционного банковского обслуживания позволяет предоставлять клиенту весь необходимый комплекс банковских услуг. Решаются проблемы территориальной удаленности, при этом услуги оказываются на более выгодных условиях, как для клиентов, так и для самого банка.

Интернет-банкинг – это одна из наиболее быстро развивающихся сфер на сегодняшний день в нашей стране. История развития этой отрасли не всегда была однозначной и лишь после широкого её применения в западных странах она начала широко распространяться и в России. Предполагалась дальнейшая основная работа в самих отделениях банка, однако быстрорастущая конкуренция среди представителей финансовой сферы требовала новых решений.

Интернет-банкинг в целом дает возможность управлять всеми своими счетами, в том числе картами и вкладами, получать необходимую информацию, выполнять различные операции, расплачиваться за товары и услуги, доступность к расширенной статистике по счетам и вкладам, приобретение различных продуктов банка.

АО «Райффайзенбанк» – универсальная кредитная организация, предлагающая полный спектр услуг корпоративным и частным клиентам, резидентам и нерезидентам, в рублях и иностранной валюте. Банк обладает одной из лучших, среди российских банков, композиций рейтингов от международных рейтинговых агентств.

Исходя из данных анализа, можно сделать вывод, что работа АО «Райффайзенбанк» характеризуется стабильными финансовыми показателями, так, за период 2018–2019 гг. происходило увеличение активов, обязательств, собственных средств, а также чистой прибыли. В 2020 г. продолжают увеличиваться активы и обязательства, но уменьшаются собственные средства и чистая прибыль.

Дистанционное банковское обслуживание в АО «Райффайзенбанк» представлено следующими сервисами:

- обслуживание клиентов в контактном центре;
- телефонный банк;
- СМС-информирование;
- интернет-банк;
- мобильный-банк;
- сервис контроля и оплаты платежей по кредиту «Кредитный кабинет»;

– банкоматы и терминалы банка.

Далее проведен анализ интернет-банкинга в АО «Райффайзенбанк». Были проанализированы функциональные возможности дистанционного обслуживания банка и рассмотрены рейтинга АО «Райффайзенбанк» на рынке Интернет-банкинга. На основании проведенного анализа и рейтингов, опубликованных аналитическими агентствами, выявлены основные проблемы и недостатки интернет-банкинга в АО «Райффайзенбанк».

Оценить экономическую эффективность внедрения и использования такой системы достаточно сложно. Более-менее достоверный расчёт экономической эффективности очень трудоёмок, а порой даже и невозможен из-за отсутствия учётных данных.

Также оценка инвестиционного проекта как такового не даст полного анализа эффективности при внедрении ИТ, так как они не охватывают всех особенностей ИТ-проектов. Поэтому оценивать такие проекты нужно не только с точки зрения его экономической выгоды.

Внедрение и использование системы Интернет-банкинга в первый год работы составляет 29860 тыс. руб. по методу ТСО.

Стоимость одной операции в отделении банка стоит около 32 руб., через Интернет – банкинг – 2,5 руб. Это дает экономию, а значит и прирост прибыли около 66 375 тыс. руб., за квартал. Это небольшая часть в сумме общей прибыли банка, но относительно затрат достаточно значительна. Кроме того, нельзя не оценивать повышение лояльности клиентов, расширение клиентской базы в целом, так как доступ к банку можно получить в любое время в любом месте.

Интернет-банк АО «Райффайзенбанк» направлен не только на увеличение прибыли банка, но и на повышение качества предоставляемых услуг.

Выявленные проблемы дистанционного банковского обслуживания в России возможно решить по следующим направлениям:

- управление рисками дистанционного обслуживания;
- обеспечение эффективности управления рисками с применением систем дистанционного обслуживания;
- обеспечение качественным дистанционным банковским обслуживанием физических лиц.

Чтобы не утратить имидж в глазах своих клиентов в АО «Райффайзенбанк» особое внимание должно уделяться предупреждению мошеннических действий и высокому уровню защиты информационной безопасности данных о клиентах банка.

Предупреждение мошеннических действий можно осуществить с помощью следующих мер:

- подтверждения действий, проводимых в каналах дистанционного обслуживания, дополнительным сообщением (пин-код, m-пароль, подтверждение в режиме диалога в call-центре);
- информирования клиента на официальных сайтах и в самих программных продуктах о мерах информационной безопасности;
- ограничения операций, проводимых в один день, суточными лимитами.

Предложенные меры позволят обезопасить клиентов АО «Райффайзенбанк» от потерь, хоть и не в полной мере, так как клиент может сам предоставить персональные данные и в этом случае банк не несет ответственность за проведенные операции.

В АО «Райффайзенбанк» может быть разработан и внедрен свой кампусный проект.

Кампусный проект представляет собой цифровую экосистему, которая включает в себя такие основные компоненты как:

- осуществление интернет-оплаты за обучение на сайте ВУЗа;
- наличие бесконтактной системы прохода;
- наличие сервисов бесконтактных платежей (Samsung Pay, Apple Pay);
- осуществление оплаты в одно касание Pay Pass;
- использование мобильного приложения.

В рамках данного проекта АО «Райффайзенбанк» может быть реализован огромный ряд технических решений. Среди основных составляющих проекта можно выделить две:

1. Техническое оснащение с участием финансирования АО «Райффайзенбанк»:

- система контроля и управления доступом (СКУД);
- банкоматы, терминалы;
- интернет-эквайринг (портал Вуза);
- бесконтактная структура эквайринга.

2. Бесплатный платежный инструмент, набор нефинансовых приложений – кампусная карта:

- электронный пропуск на территорию университета;
- электронный студенческий и читательский билет;
- электронная зачетная книжка;
- электронная подпись (документов);
- электронный журнал посещения студентов;
- корпоративная программа лояльности;
- бесконтактная технология с использованием смартфонов.

Благодаря предложенному инновационному проекту студенты получают карту, совмещающую в себе множество функций – это и пропуск в учебное заведение, и читательский билет, и карта для зачисления стипендии. При этом список всего функционала новой карты не ограничивается.

Привлекательность карты и проекта в целом заключается также в том, что это не просто банковская карта, а некий ключ доступа ко многим возможностям учебного заведения. К тому же держатели кампусных карт получают возможность пользоваться абсолютно всеми преимуществами, которые доступны клиентам АО «Райффайзенбанк», в том числе и интернет-банкингом.

Введение новых карт в рамках предложенного проекта позволит привлечь новую аудиторию банка, так как это предложение действительно очень привлекательно для студентов, поскольку студенты – это та категория людей, которая первой подхватывает все новшества. Поэтому данная карта в рамках предложенного проекта может стать популярной среди студентов.

Общая величина расходов на реализацию предложенного проекта совершенствования интернет-банкинга в АО «Райффайзенбанк» составит 5 350 600 тыс. руб. Размер привлеченного дополнительного дохода за счет привлечения новых клиентов-пользователей интернет-банкинга составит 11 230 000 тыс. руб. Доходы банка в два раза превысят его расходы. Экономический эффект составит 5 879 400 тыс.руб. Поэтому развитие интернет-банкинга и современных банковских услуг для АО «Райффайзенбанк» является очень актуальным и позволит банку привлечь дополнительную аудиторию и соответственно увеличить доходность банка.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Федеральный закон «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении расчетов в Российской Федерации» от 22.05.2003 № 54–ФЗ. – СПС «Гарант».
2. Банки и банковские операции: учебник / под ред. О.И. Лаврушина. – М.: КНОРУС, 2017. – 272 с.
3. Банковский менеджмент: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / под ред. Е.Ф. Жукова, Н.Д. Эриашвили. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 319 с.
4. Банковское дело. Краткий курс: учебное пособие / под ред. Г.Н. Белоглазовой, Л.П. Кроливецкой. – СПб.: Питер, 2017. – 240 с.
5. Баранов, А.М. Недостатки и преимущества систем дистанционного банковского обслуживания / А.М. Баранов, Н.В. Коротаева // Социально-экономические явления и процессы. – 2019. – № 5. – С. 36–40.
6. Билюченко, Г.С. Проблемы и перспективы развития цифровой экономики в условиях современного российского законодательства / Г.С. Билюченко // Экономические исследования. – 2019. – № 1 (18). – С. 5.
7. Боровкова, В.А. Банки и банковское дело: учебник для бакалавров / В.А. Боровкова, А.И. Балабанов. – М.: Юрайт, 2017. – 623 с.
8. Валенцева, Н.И. Банковская система в современной экономике: учебное пособие / Н.И. Валенцева; под ред. О.И. Лаврушина. – М.: Юрайт, 2017. – 375 с.
9. Ванин, А. Банк, который всегда с тобой / А. Ванин, К. Сумманен // Банковские технологии. – 2019. – № 4. – С. 46–52.
10. Дьякова, О.Н. Содержание системы дистанционного банковского обслуживания / О.Н. Дьякова // Современные проблемы науки и образования. – Пенза: Издательский Дом «Академия Естествознания», 2019. – №1–1 – С. 511.
11. Дьяченко, О.И. Российский рынок дистанционного банковского обслуживания уверенно растет / О.И. Дьяченко // Национальный банковский журнал. – 2020. – № 9. – С. 33–35.
12. Дюдикова, Е.И. Развитие способов безналичных расчетов в условиях цифровизации экономики / Е.И. Дюдикова, Н.Н. Куницыны // Финансовая экономика. – 2019. – № 7. – С. 162–169.
13. Ермаков С. Л. Интернет-технологии в банковском бизнесе: перспективы и риски / С. Л. Ермаков, И. В. Сандалов, М. А. Тысячникова. – М.: КНОРУС, 2016. – 320 с.
14. Ерохина, М.Г. Банковские карты и операции, совершаемые с их использованием / М.Г. Ерохина // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. – 2020. – № 9. – С. 67–72.
15. Жарковская, В.П. Банковское дело: учебник / В.П. Жарковская. – М.: Омега-Л, 2017. – 479 с.

16. Жуков, Е.Ф. Банковское дело / Е.Ф. Жуков, Н.Д. Эриашвили. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 687 с.
17. Забродская, К.А. Основы развития дистанционного банковского обслуживания / К.А. Забродская // Финансы. – 2020. – № 7. – С. 59–64.
18. Казимагомедов, А.А. Банковское дело: организация деятельности центрального банка и коммерческого банка, небанковских организаций / А.А. Казимагомедов. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 502 с.
19. Камалова, Р.Р. Доступность дистанционных банковских услуг в России и их дальнейшее развитие / Р.Р. Камалова // Молодой ученый. – 2020. – № 7. – С. 344–346.
20. Кириченко, Л.П. Булавенко О.А. Система интернет-банкинга в России / Л.П. Кириченко, О.А. Булавченко // Фундаментальные исследования. – 2020. – № 11–5. – С. 991–995.
21. Ковалева, О.А. Пути совершенствования интернет-банкинга в России / О.А. Ковалева // Социально-экономические явления и процессы. – 2020. – №2 (43). – С. 35–38.
22. Коробова, Г.Г. Банковское дело: учебник для магистров / Г.Г. Коробова. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 592 с.
23. Криворучко, С.В. Национальная платежная система: структура, технологии, регулирование. Международный опыт, российская практика / С.В. Криворучко, В.А. Лопатин. – М.: КНОРУС, 2017. – 345 с.
24. Кудряшов, В.С. Птицын Е.Ю. Перспективы развития Интернет-банкинга как услуги коммерческого банка / В.С. Кудряшов, Е.Ю. Птицын // *Juvenis scientia*. – 2019. – № 6. – С. 18–21.
25. Лямин, Л.В. Применение технологий электронного банкинга: риск-ориентированный подход / Л.В. Лямин. – М.: КНОРУС, 2017. – 210 с.
26. Митрохин, В.В. К вопросу о классификации системы дистанционного банковского обслуживания / В.В. Митрохин, О.Н. Дьякова // Финансы и кредит. – 2020. – № 17. – С. 50–54.
27. Морозов, Ю.П. Инновационный менеджмент / Ю.П. Морозов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 345 с.
28. Назаренко, В.А. Интернет-банкинг как современная форма банковского обслуживания / В.А. Назаренко // Концепт. – 2019. – № 15. – С. 826–830.
29. Негров, В.П. Понятие, сущность и особенности банковской конкуренции / В.П. Негров, Я.Ю. Радюков // Социально-экономические явления и процессы. – 2019. – № 4. – С. 67–72.
30. Неретина, Е.А. Современные концепции эффективности деятельности коммерческого банка / Е.А. Неретина, Е. В. Солдатов // Финансы и кредит. – 2019. – № 13. – С. 14–22.
31. Попова, В.Л. Управление инновационными проектами / В.Л. Попова. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 416 с.
32. Резник, И.А. Электронный банкинг: монография / И.А. Резник. – М.: Метаинформ, 2016. – 252 с.

33. Самсонова, Л.А. Дистанционное банковское обслуживание / Л.А. Самсонова // Философские проблемы информационных технологий и киберпространства. – 2020. – №2 (4). – С. 81–91.
34. Скрыпник, И.С. Особенности развития интернет-банкинга в России / И.С. Скрыпник // Символ науки. – 2019. – № 6. – С. 65–67.
35. Смородина, С.С. Проблемы функционирования интернет-банкинга в России / С.С. Смородина // Экономические науки. – 2019. – № 9. – С. 73–75.
36. Стародубцева, Е.Б. Банковское дело / Е.Б. Стародубцева. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 464 с.
37. Тавасиев, А.М. Банковское дело: дополнительные операции для клиентов / А.М. Тавасиев. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 416 с.
38. Таран, В.А. Электронный банкинг: виды, риски, перспективы развития / В.А. Таран // Машиностроитель. – 2020. – № 7. – С. 2–14.
39. Титаренко, Г.А. Компьютеризация банковских операций: учебно-практическое пособие / Г.А. Титаренко. – М.: Вузовский учебник, 2017. – 140 с.
40. Трофимов, В.В. Информационные системы в экономике и управлении / В.В. Трофимов – М.: Высшее образование, 2017. – 480 с.
41. Уткин, Э.А. Банковский маркетинг: учебное пособие / Э.А. Уткин. – М.: Метаинформ, 2016. – 345 с.
42. Финансы, денежное обращение и кредит / под ред. С.С. Артемьевой. – М.: Академический проект, 2016. – 480 с.
43. Черкасов, В.Е. Финансовый анализ в коммерческом банке: учебное пособие / В.Е. Черкасов. – М.: Консалтбанкир, 2016. – 340 с.
44. Сайт Центральный банк Российской Федерации. – <https://www.cbr.ru/>
45. Федеральная служба государственной статистики. – <https://gks.ru>
46. Консалтинговое агентство Marksw Webb. – <https://markswwebb.ru>
47. Официальный сайт АО «Райффайзенбанк». – <https://www.raiffeisen.ru>
48. Рейтинговое агентство «Эксперт» . – <https://raexpert.ru>
49. Издательское агентство «Банкир.Ру». – <https://bankir.ru>
50. Ведущая международная консалтинговая компания «J'son&PartnersConsulting» . – <https://www.json.ru>

ПРИЛОЖЕНИЕ А
Данные бухгалтерской отчетности АО «Райффайзенбанк»

Банковская отчетность		
Код территории по ОКATO	Код кредитной организации (филиала)	
	по ОККО	регистрационный номер (/порядковый номер)
45	42943651	3292

БУХГАЛТЕРСКИЙ БАЛАНС
(публикуемая форма)
за 2020 год

Полное или сокращенное фирменное наименование кредитной организации
Акционерное общество Райффайзенбанк
/ АО Райффайзенбанк

Адрес (место нахождения) кредитной организации
129090, Москва, ул. Троицкая, д. 17/1

Код формы по ОК0Д 0409806
Квартальная (Годовая)

Номер строки	Наименование статьи	Номер пояснений	Данные на отчетный период, тыс. руб.	Данные за предыдущий отчетный год, тыс. руб.
1	2	3	4	5
I. АКТИВЫ				
1	Денежные средства	4.1.1	73718859	11072994
2	Средства кредитной организации в Центральном банке Российской Федерации	4.1.1	51928752	39846629
2.1	Обязательные резервы	4.1.1	11981725	9885615
3	Средства в кредитных организациях		17564428	6404651
4	Финансовые активы, оцениваемые по справедливой стоимости через прибыль или убыток	4.1.2	66399526	45566494
5	Чистая ссудная задолженность, оцениваемая по амортизированной стоимости	4.1.3	1063435153	984496203
5а	Чистая ссудная задолженность			
6	Чистые вложения в финансовые активы, оцениваемые по справедливой стоимости через прочий совокупный доход	4.1.4	159272	3068928

Рисунок А.1 – Бухгалтерский баланс АО «Райффайзенбанк»

16a	Чистые вложения в ценные бумаги и другие финансовые активы, имеющиеся в наличии для продажи			
17	Чистые вложения в ценные бумаги и иные финансовые активы, оцениваемые по амортизированной стоимости (кроме осудной задолженности)	4.1.6	144088166	129947090
17a	Чистые вложения в ценные бумаги, удерживаемые до погашения			
18	Инвестиции в дочерние и зависимые организации	4.1.4	2970007	2970007
19	Требование по текущему налогу на прибыль		2514669	2043263
10	Отложенный налоговый актив		3455406	7148531
11	Основные средства, нематериальные активы и материальные запасы	4.1.7	14969881	11146807
12	Долгосрочные активы, предназначенные для продажи		382617	825530
13	Прочие активы	4.1.8	10369051	3949147
14	Всего активов		1451953587	1274486274
II. ПАССИВ				
15	Кредиты, депозиты и прочие средства Центрального банка Российской Федерации	4.1.9	55437	335706
16	Средства клиентов, оцениваемые по амортизированной стоимости		1234337051	1054856509
16.1	Средства кредитных организаций	4.1.9	88841461	87789299
16.2	Средства клиентов, не являющиеся кредитами организаций	4.1.10	1145495590	957057210
16.2.1	Вклады (средства) физических лиц в том числе индивидуальных предпринимателей		648690543	490677244
17	Финансовые обязательства, оцениваемые по справедливой стоимости через прибыль или убыток	4.1.12	21049314	26279525
17.1	Вклады (средства) физических лиц, в том числе индивидуальных предпринимателей		0	0
18	Выпущенные долговые ценные бумаги	4.1.11	251593	0
18.1	Оцениваемые по справедливой стоимости через прибыль или убыток		251593	0
18.2	Оцениваемые по амортизированной стоимости		0	0
19	Обязательства по текущему налогу на прибыль		5020112	979628
20	Отложенные налоговые обязательства		2764590	4783785
21	Прочие обязательства	4.1.12	16812408	10344964
22	Резервы на возможные потери по условным обязательствам кредитного характера, прочие возможные потери и операции с резидентами офшорных зон		2599309	4058545
23	Всего обязательств		1282890614	1101638662

Рисунок А.2 – Бухгалтерский баланс АО «Райффайзенбанк»

III. ИСТОЧНИКИ СОБСТВЕННЫХ СРЕДСТВ				
24	Средства акционеров (участников)	4.1.13	36711260	36711260
25	Собственные акции (доли), выкупленные у акционеров (участников)		0	0
26	Эмиссионный доход		620951	620951
27	Резервный фонд		1835563	1835563
28	Переоценка по справедливой стоимости финансовых активов, оцениваемых по справедливой стоимости через прочий совокупный доход, уменьшенная на отложенное налоговое обязательство (увеличенная на отложенный налоговый актив)		7095	13874
29	Переоценка основных средств и нематериальных активов, уменьшенная на отложенное налоговое обязательство		4046403	4593588
30	Переоценка обязательств (требований) по выплате долгосрочных вознаграждений		0	0
31	Переоценка инструментов хеджирования		84158	0
32	Денежные средства безвозмездного финансирования (вклады в имущество)		0	0
33	Изменение справедливой стоимости финансового обязательства, обусловленное изменением кредитного риска		-1851	0
34	Оценочные резервы под ожидаемые кредитные убытки		41	1712
35	Неиспользованная прибыль (убыток)		125758553	129070664
36	Всего источников собственных средств		169062973	172847612
IV. ВНЕБАЛАНСОВЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
37	Безотзывные обязательства кредитной организации		1312721058	1522601169
38	Выданные кредитной организацией гарантии и поручительства		214985815	190884940
39	Условные обязательства некредитного характера		860142	1401737

Рисунок А.3 – Бухгалтерский баланс АО «Райффайзенбанк»

Банковская отчетность		
Код территории по ОКATO	Код кредитной организации (филиала)	
	по ОКПО	регистрационный номер (/порядковый номер)
45	42943661	3292

Отчет о финансовых результатах
(публикуемая форма)
за 2020 год

Полное или сокращенное фирменное наименование кредитной организации
Акционерное общество Райффайзенбанк
/ АО Райффайзенбанк

Адрес (место нахождения) кредитной организации
129090, Москва, ул. Троицкая, д. 17/1

Код формы по ОКУД 0409807
Квартальная (Головая)

Раздел 1. Прибыли и убытки

Номер строки	Наименование статьи	Номер пояснений	Данные за отчетный период, тыс. руб.	Данные за соответствующий период прошлого года, тыс. руб.
1	2	3	4	5
1	Процентные доходы, всего, в том числе:	4.2.1	84073339	94677512
1.1	от размещения средств в кредитных организациях		2022603	5266997
1.2	от ссуд, предоставленных клиентам, не являющихся кредитными организациями		72936512	78572273
1.3	от оказания услуг по финансовой аренде (лизингу)			
1.4	от вложений в ценные бумаги		9114144	10838282
2	Процентные расходы, всего, в том числе:	4.2.1	20491157	24279721

Рисунок А.4 – Бухгалтерский баланс АО «Райффайзенбанк»

2.1	по привлеченным средствам кредитных организаций		3662290	5665110
2.2	по привлеченным средствам клиентов, не являющихся кредитными организациями		16828855	18614374
2.3	по выпущенным ценным бумагам		12	237
3	Чистые процентные доходы (отрицательная процентная маржа)	4.2.1	63582182	70397791
4	Изменение резерва на возможные потери и оценочного резерва под ожидаемые кредитные убытки по ссудам, ссудной и приравненной к ней задолженности, средствам, размещенным на корреспондентских счетах, а также начисленным процентным доходам, всего, в том числе:		-13098437	-5679282
4.1	Изменение резерва на возможные потери и оценочного резерва под ожидаемые кредитные убытки по начисленным процентным доходам		-1415869	-1600726
5	Чистые процентные доходы (отрицательная процентная маржа) после создания резерва на возможные потери		50483745	64718509
6	Чистые доходы от операций с финансовыми активами, оцениваемыми по справедливой стоимости через прибыль или убыток		7982265	-11009299
7	Чистые доходы от операций с финансовыми обязательствами, оцениваемыми по справедливой стоимости через прибыль или убыток		-385547	-1384058
8	Чистые доходы от операций с ценными бумагами, оцениваемыми по справедливой стоимости через прочий совокупный доход		127576	2315
8a	Чистые доходы от операций с ценными бумагами, имеющимися в наличии для продажи			
9	Чистые доходы от операций с ценными бумагами, оцениваемыми по амортизированной стоимости		-22999	168
9a	Чистые доходы от операций с ценными бумагами, удерживаемыми до погашения			
10	Чистые доходы от операций с иностранной валютой		9313979	-4934012
11	Чистые доходы от переоценки иностранной валюты		-7290545	17800447
12	Чистые доходы от операций с драгоценными металлами		1048	-100

Рисунок А.5 – Бухгалтерский баланс АО «Райффайзенбанк»

13	Доходы от участия в капитале других юридических лиц		152250	108752
14	Комиссионные доходы	4.2.2	31249834	31880328
15	Комиссионные расходы	4.2.2	9128686	10706851
16	Изменение резерва на возможные потери и оценочного резерва под ожидаемые кредитные убытки по ценным бумагам, оцениваемым по справедливой стоимости через прочий совокупный доход		1231	48660
16a	Изменение резерва на возможные потери по ценным бумагам, имеющимся в наличии для продажи			
17	Изменение резерва на возможные потери и оценочного резерва под ожидаемые кредитные убытки по ценным бумагам, оцениваемым по амортизированной стоимости		-89589	-45700
17a	Изменение резерва на возможные потери по ценным бумагам, удерживаемым до погашения			
18	Изменение резерва по прочим потерям		101747	-1501546
19	Прочие операционные доходы		4699294	4734336
20	Чистые доходы (расходы)		87195603	89711949
21	Операционные расходы	4.2.3	41657435	41724931
22	Прибыль (убыток) до налогообложения		45538168	47987018
23	Возмещения (расход) по налогам		9105377	10881140
24	Прибыль (убыток) от продолжающейся деятельности		36423792	37101462
25	Прибыль (убыток) от прекращенной деятельности		8999	4416
26	Прибыль (убыток) за отчетный период		36432791	37105878

Раздел 2. Прочий совокупный доход

Номер строки	Наименование статьи	Номер пояснений	Данные за отчетный период, тыс. руб.	Данные за соответствующий период прошлого года, тыс. руб.
1	2	3	4	5
1	Прибыль (убыток) за отчетный период		36432791	37105878

Рисунок А.6 – Бухгалтерский баланс АО «Райффайзенбанк»

12	Прочий совокупный доход (убыток)		x	x
13	Статьи, которые не переклассифицируются в прибыль или убыток, всего, в том числе:		-656191	-72543
13.1	изменение фонда переоценки основных средств и нематериальных активов		-656191	-72543
13.2	изменение фонда переоценки обязательств (требований) по пенсионному обеспечению работников по программам с установленными выплатами		0	0
14	Налог на прибыль, относящийся к статьям, которые не могут быть переклассифицированы в прибыль или убыток		-109006	-17952
15	Прочий совокупный доход (убыток), который не может быть переклассифицирован в прибыль или убыток, за вычетом налога на прибыль		-547185	-54591
16	Статьи, которые могут быть переклассифицированы в прибыль или убыток, всего, в том числе:		70218	48478
16.1	изменение фонда переоценки финансовых активов, оцениваемых по справедливой стоимости через прочий совокупный доход		-11226	48478
16.1a	изменение фонда переоценки финансовых активов, имеющихся в наличии для продажи			
16.2	изменение фонда переоценки финансовых обязательств, оцениваемых по справедливой стоимости через прибыль или убыток		-1051	0
16.3	изменение фонда хеджирования денежных потоков		82495	0
17	Налог на прибыль, относящийся к статьям, которые могут быть переклассифицированы в прибыль или убыток		-4439	3284
18	Прочий совокупный доход (убыток), который может быть переклассифицирован в прибыль или убыток, за вычетом налога на прибыль		74657	45194
19	Прочий совокупный доход (убыток) за вычетом налога на прибыль		-472528	-9397
10	Финансовый результат за отчетный период		35960263	37096481

Рисунок А.7 – Бухгалтерский баланс АО «Райффайзенбанк»