МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Южно-Уральский государственный университет» (национальный исследовательский университет)
ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ
Кафедра «Экономика и управление на предприятиях сферы услуг, рекреации и туризма»

РАБОТА ПРОВЕРЕНА
Рецензент, Управляющий ОО № 74/01
_____/ Низамов Д.А /
«_____»_____2018 г.

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Зав. кафедрой, к.э.н., доцент
_____/Т.А. Худякова /
«_____»_____2018 г.

# Совершенствование дистанционного банковского обслуживания как фактора устойчивого развития корпорации на примере ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк»

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
ЮУрГУ – 38.04.01.68. 2018. 801. ВКР

Руководитель, к.э.н., доцент
_____/ *Т.А. Худякова* /
«_____»_____2018 г.

Автор
студент группы ЭУ – 203
_____/ В.Е. Пономарев /
«_____»_____2018 г.

Нормоконтролер, ст.препод.
_____/ М.Г.Ефимова /
«_____»_____2018 г.

Челябинск 2018

# АННОТАЦИЯ

Пономарев В.Е. Совершенствование дистанционного банковского обслуживания как фактора устойчивого развития корпорации на примере ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк».– Челябинск: ЮУрГУ, ЭУ-203, 142 с., 36 ил., 24 табл., библиогр. список – 82 наим.

Выпускная квалификационная работа выполнена с целью разработки и обоснования рекомендаций по совершенствованию дистанционного банковского обслуживания в контексте устойчивого развития на примере ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк».

Теоретическая часть выпускной квалификационной работы содержит основные теоретические аспекты понятия устойчивого развития и дистанционного банковского обслуживания.

Практическая часть выпускной квалификационной работы включает оценку эффективности дистанционного банковского обслуживания, реализуемого на сегодняшний день в ООО «ХКФ Банк», описание деятельности ООО «ХКФ Банк», а также текущие проблемы в области дистанционного банковского обслуживания в Российской Федерации.

В результате проведенной работы были предложены и обоснованы рекомендации по совершенствованию дистанционного банковского обслуживания, рассчитан экономический эффект для ООО «ХКФ Банк»

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ ..... 7

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОНЦЕПЦИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ И ДИСТАНЦИОННОГО БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ ..... 11

Современные подходы к трактовке концепции устойчивого развития 11

Сущность, нормативно-правовое обеспечение и проблемы дистанционного банковского обслуживания в Российской Федерации 19

Ключевые показатели устойчивого развития на уровне компании… ..... 32

2 АНАЛИЗ ДИСТАНЦИОННОГО БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НА ПРИМЕРЕ ООО «ХОУМ КРЕДИТ ЭНД ФИНАНС БАНК» В СИСТЕМЕ ФАКТОРОВ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ…….. 40

Экономическая характеристика ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» 40

Эффективность дистанционного банковского обслуживания..... 51

Взаимосвязь концепции устойчивого развития с совершенствованием систем дистанционного банковского обслуживания…… 65

3 СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ДИСТАНЦИОННОГО БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В ООО «ХОУМ КРЕДИТ ЭНД ФИНАНС БАНК» КАК НАПРАВЛЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ…. 76

Поиск направлений развития дистанционного банковского обслуживания на примере ООО «Хоум энд Финанс Кредит Банк»……. 76

Рекомендации по совершенствованию дистанционного банковского 89

обслуживания для ООО «Хоум энд Финанс Кредит Банк»……..
3.3 Эффективность предложенных рекомендаций…….. 101
ЗАКЛЮЧЕНИЕ..... 111
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК..... 114
ПРИЛОЖЕНИЯ
ПРИЛОЖЕНИЕ А. Основные группы показателей оценки устойчивого развития, предлагаемые «Robecosam»…… 123
ПРИЛОЖЕНИЕ Б. Вертикальный и горизонтальный анализ бухгалтерского баланса ООО «ХКФ Банк» на 01.01.2017 г. и 01.01.2016г 124
ПРИЛОЖЕНИЕ В. Вертикальный и горизонтальный анализ ООО «ХКФ Банк» на 01.01.2018 г. и 01.01.2017 г……. 128
ПРИЛОЖЕНИЕ Г. Горизонтальный и вертикальный анализ отчета о финансовых результатах ООО «ХКФ Банк» за 2015 и 2016 года……... 131
ПРИЛОЖЕНИЕ Д. Анализ отчета о финансовых результатах ООО «ХКФ Банк» за 2017 и 2016 года……... 133
ПРИЛОЖЕНИЕ Е Бухгалтерский баланс ООО «ХКФ Банк» на 01.01.2018 г…….. 135
ПРИЛОЖЕНИЕ Ж Отчет о финансовых результатах ООО «ХКФ Банк» за 2017 год……. 137
ПРИЛОЖЕНИЕ И Бухгалтерский баланс ООО «ХКФ Банк» на 01.01.2017 г…….. 139
ПРИЛОЖЕНИЕ К Отчет о финансовых результатах ООО «ХКФ Банк» за 2016 год……. 141

# ВВЕДЕНИЕ

В современных экономических условиях, вопросы относительно проблематики устойчивого развития поднимаются как на наднациональных, так и на уровнях конкретных государств. Неуклонный рост интереса к данной теме подтверждается многочисленными научными публикациями и международными инициативами.

Многими учеными было справедливо отмечено, что актуальность и востребованность изучения проблематики устойчивого развития современной корпорации связана как с практическими интересами исследователей, так и с теоретическими. Изучение данного вопроса позволяет формировать ряд долгосрочных экономических и социальных тенденций, определять глобальные риски, а также выбирать вектор социально-экономического развития, реализация которого способна привести к устойчивому и согласованному развитию экономических институтов и общества.

Эволюция теории устойчивого развития, начавшаяся в конце 60-х годов прошлого столетия, продолжает развиваться и по сей день. Необходимо отметить, что и в наши дни отсутствует общепринятый подход к трактовке понятия «устойчивое развитие» и правомерности использования данного термина применительно к субъектам экономических отношений. Однако, анализ публикаций по вопросам устойчивого развития современных корпораций позволяет сделать вывод о распространенности триединого подхода к устойчивому развитию, а также о возможности распространения данной концепции на уровень корпораций и организаций.

Трудно переоценить роль устойчивого развития коммерческих банков в современном государстве. Развитие банковской сферы позволяет снижать уровень безработицы не только предоставляя вакантные места в самих организациях, но и с помощью предоставления возможности для развития бизнеса и благополучия домохозяйств посредством предложения банковских продуктов. К тому же

необходимо упомянуть о том, что банковская система осуществляет реализацию денежно-кредитной политики Центрального Банка, что в определенной степени определяет вектор общественного развития. Необходимо упомянуть о том, что в настоящее время многие кредитные организации по требованию руководства выпускают ежегодные отчеты в области устойчивого развития.

В целом, банковскую отрасль можно характеризовать следующими глобальными тенденциями в области устойчивого развития:

– разработка и внедрение программ, целью которых является создание такой корпоративной культуры, которая будет способствовать популяризации принципов устойчивого развития, как внутри банка (в виде экологического и этического воспитания сотрудников) так и за его пределами;

– внедрение в кредитные организации систем управления вопросами окружающей среды. Многими банковскими организациями внедряются системы экологического менеджмента в свои структурные подразделения, в том числе и по международному стандарту ISO 14001, требующему от организации идентификации и оценки экологических аспектов своей деятельности;

– формализация миссии и стратегии в данной области. Такие документы уже приняты большинством международных финансовых компаний. Они могут охватывать также применение социальных и экологических критериев при инвестировании, ответственное управление инфраструктурой и логистикой, представление отчетности в области устойчивого развития.

Оптимизация использования кредитными организациями финансовых ресурсов в результате конкурентной борьбы привела к поиску наиболее дешевого конкурентоспособного способа обслуживания клиентов. Таким способом стало дистанционное обслуживание, позволяющее клиентам кредитных организаций передавать распоряжения по управлению собственными счетами и банковскими продуктами удалённым образом. Развитие данного направления полностью соответствует триединому подходу к концепции устойчивого развития и позволяет повышать как финансовой устойчивость самой кредитной организации,

так и оказывать положительное влияние на экологический и социальные аспекты деятельности кредитной организации.

В связи с этим, вопрос устойчивого развития кредитной организации посредством совершенствования дистанционного банковского обслуживания является актуальной темой для изучения, поиска проблемных участков и разработки рекомендаций, реализация которых будет способствовать устойчивому развития современной кредитной корпорации.

Целью работы является анализ эффективности, реализованной в кредитной организации системы дистанционного банковского обслуживания и разработка рекомендаций по повышению эффективности дистанционного обслуживания с целью устойчивого развития на примере ООО «ХКФ Банк».

Для достижения поставленной цели в работе были определены следующие задачи:

− рассмотреть существующие подходы к концепции устойчивого развития, а также теоретические аспекты дистанционного банковского обслуживания и оценить его влияние на устойчивое развитие кредитной организации;

− провести оценку устойчивости ООО «ХКФ Банк» определить эффективность реализуемой на сегодняшний день системы дистанционного банковского обслуживания;

− разработать рекомендации по повышению эффективности дистанционного обслуживания с целью устойчивого развития ООО «ХКФ Банк».

Объектом исследования является ООО «ХКФ Банк». Предмет исследования – экономические процессы, формирующие эффективность дистанционного банковского обслуживания, способные оказывать влияние на устойчивость кредитной организации.

Основой для написания теоретической части выпускной квалификационной работы являются труды таких авторов, как, М.В. Романовский, И.В. Сандалов, Юденков Ю.Н. а также соответствующие положения и письма Банка России и Федеральные законы. При написании практической части будут использоваться

методы анкетирования, структурный и горизонтальный методы. Источниками информации для финансового анализа послужит отчетность, публикуемая ООО «ХКФ Банк» в соответствии со статьей 92 Федерального закона от 26.12.1995 № 208-ФЗ (в ред. от 29.06.2015) «Об акционерных обществах».

Результаты данной работы рекомендуется использовать при совершенствовании систем дистанционного банковского обслуживания.

# 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОНЦЕПЦИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ И ДИСТАНЦИОННОГО БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

## 1.1 Современные подходы к трактовке концепции устойчивого развития

На сегодняшний день концепция устойчивого развития признается всеми странами, входящими в Организацию Объединенных Наций. Данная концепция является одним из основных приоритетов, переход к которому должен происходить как на национальном, так и на глобальном уровнях. В современном бизнес-сообществе всё чаще фигурирует «устойчивое развитие», данный термин можно встретить как в политических и экономических документах различного уровня, так и в корпоративных изданиях и ежегодных отчетах. Эволюционный путь концепции устойчивого развития, отраженный на рисунке 1, можно условно разделить на следующие периоды: этап зарождения, формирование теоретических основ, систематизация концепции.

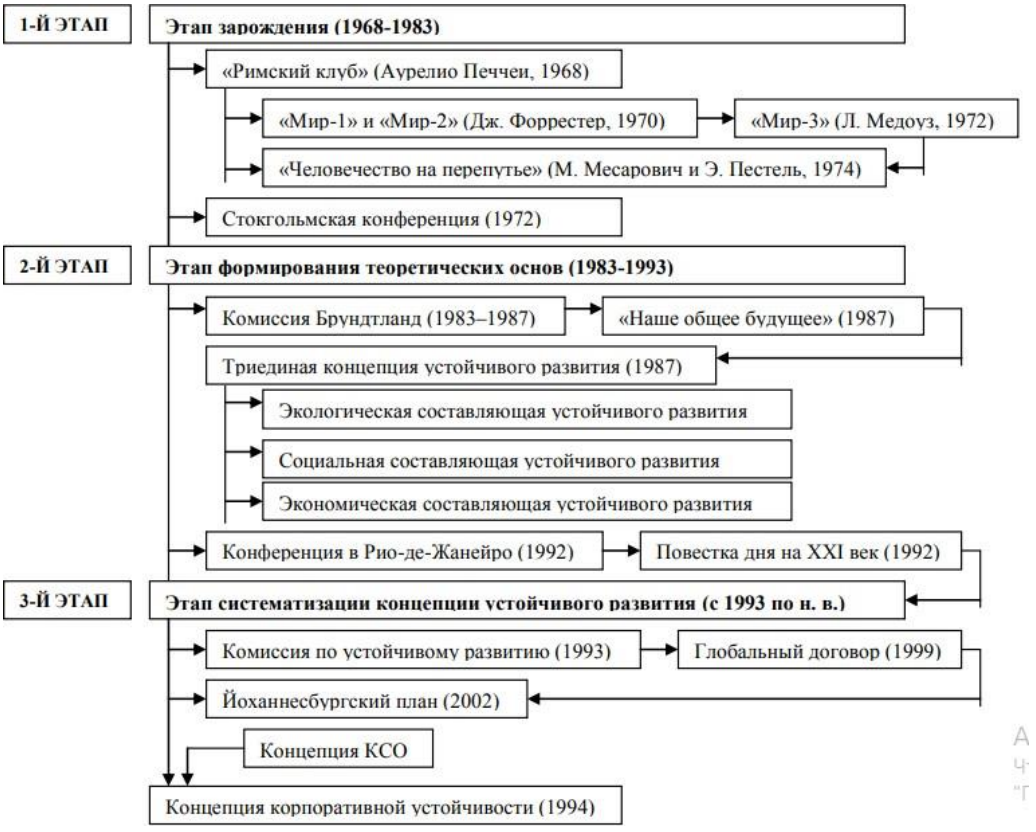


Рисунок 1 – Эволюция концепции устойчивого развития

Экологизация науки и экономики, происходившая в конце шестидесятых годов прошлого века способствовала формированию концепции устойчивого развития. Понимание ограниченности природных ресурсов, а также растущего перенаселения и загрязнения окружающей среды актуализировали вопросы необходимости изменения текущей модели потребления, которую на тот момент можно было охарактеризовать как безудержную. Последствием такого потребления стал бы глобальный кризис, выражающийся в экологических катастрофах, перенаселении, а также перепроизводстве.

В 1968 году была предпринята одна из первых попыток научного осмысления природы глобального кризиса. Произошло это в так называемом «Римском клубе» – организации, сформированной из влиятельных экономистов, предпринимателей, ученых и политиков [63]. Основной целью данной организации являлось разработка методик анализа глобального кризиса.

Зарождающаяся концепция нуждалась в научном обосновании, которое позднее было дано Дж. Форрестером и выражалось в модели устойчивого развития под названием «Мир-1». Данная модель состояла из сорока уравнений, описывающих взаимосвязь выбранных переменных и подверглась жесткой критике, как излишне примитивная. В результате «Мир-1» претерпела изменения и была трансформирована в «Мир-2». Далее, проводилась работа по созданию модели долгосрочного периода развития, получившая название «Мир-3». Работа над заключительной моделью была окончена в 1972 году, результаты и исследования которой были представлены в форме доклада для Римского клуба под названием «Пределы роста» [55].

Поскольку глобальная модель устойчивого развития была подвергнута критике, в 1974 году была создана вторая глобальная модель под названием «Человек на распутье» [3]. Основным её отличием стала теория ограниченного роста, подразумевающая согласованное развитие частей глобальной системы при условии того, что одна система не может развиваться в ущерб другой, а

прогрессивные тенденции в одной сфере возможно лишь при условии прогресса в остальных. Теория «Ограниченного роста» подразумевает взаимосвязь социальных, экономических и экологических явлений, что в дальнейшем найдёт своё отражение в современном триедином подходе к устойчивому глобальному развитию.

Стокгольмская конференция, состоявшаяся 16 июня 1972 года, преследовала цель интеграции правительства и бизнеса, что можно охарактеризовать переходом концепции устойчивого развития на мезо-уровень [40].

Итогом первого этапа эволюции концепции устойчивого развития является формулирование основных идей и приоритетов, обоснование актуальности и расширение с глобального на уровень как регионов, так и городов.

В апреле 1987 года Международной комиссией по окружающей среде и развитию был представлен доклад «Наше общее будущее». В данном докладе было сформулировано определение устойчивого развития, в будущем ставшее основополагающим, согласно которому устойчивое развитие – это такое развитие, которое удовлетворяет потребности настоящего времени, но не ставит под угрозу возможности будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности [61].

В результате работы Римского клуба возникла триединая концепция устойчивого развития, подчеркивающая необходимость взаимосвязи трёх основных аспектов устойчивого развития: экологического, социального и экономического, что отражено на рисунке 2.

Рисунок 2 – Триединая концепция устойчивого развития

Однако, некоторые исследователи утверждают, что подобное деление способно спровоцировать дискретное отношение к концепции, хотя на практике этого не происходит. Такой точки зрения в монографии «Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции» придерживается Ю.В. Благов, кандидат экономических наук и директор центра корпоративной ответственности «PricewaterhouseCoopers». Как правило, достигнуть устойчивого развития возможно лишь при формировании устойчивости по каждому из трёх направлений.

Под экономической составляющей устойчивого развития понимается рациональное использование ограниченных экономических ресурсов, применение энергосберегающих, материалосберегающих и экологически чистых технологий производства, также предусматривающих повторное использование отходов производства. Одной из задач экономической составляющей концепции является отказ от принципов «потребления ради процветания», «человек – царь природы» и подобных им [60]. Основной проблемой при следовании вышеуказанным принципам является господство ресурсоразрушающих технологий и отсутствие учета исчерпаемости невозобновимых ресурсов при ценообразовании – создается иллюзия неисчерпаемости ресурсных запасов.

Под экологической составляющей концепции устойчивого развития понимается необходимость обеспечения целостности природных систем и

стабильности биосферы. Отличительной чертой экологической составляющей является научный интерес исследователей к способности экосистемы адаптироваться под изменяющиеся условия и самостоятельно восстанавливаться. Вопрос экологии в рамках концепции принято относить к макроуровню, однако зачастую аграрное [23], бассейновое [13] и лесоаграрное [9] направления сосредоточены в определенных географических областях, что противоречит концепции. Так, по мнению ассистента Дж. Форестера, разработчика модели «Мир-3», профессора Д. Медоуза, концепция устойчивого развития не может быть масштабирована и может быть рассмотрена только в масштабе планеты [47].

Роль социальной составляющей заключается в поддержании стабильности социальной и культурной систем, что выражается в справедливом распределении благ, сохранении культурного капитала, развитии миноритарных культур, поощрении социального плюрализма, сокращении конфликтов и достижении социальной справедливости. Так, по мнению австрийского экономиста и социолога, доктора философии Йозефа Шумпетера: «социальная среда всегда оказывает противодействие новому» [11]. Данное утверждение можно трактовать как конфронтационную реакцию общества на любые изменения и вызовы современности. Что и является обоснованием необходимости вовлечения общества в процессы, формирующие среду его жизнедеятельности, а основной целью устойчивого развития в отношении общества – повышение качества жизни населения. Основными задачами работы в социальной сфере согласно концепции устойчивого развития является создание равноправного общества, снижение безработицы, содействие социальной интеграции, ликвидация нищеты. В 1992 году, на Всемирной конференции по окружающей среде и развитию в Рио-де-Жанейро были сформулированы наиболее значимые принципы устойчивого развития [12], десятый из которых звучит следующим образом: «каждый человек должен иметь соответствующий доступ к информации и иметь возможность участвовать в принятии решений.

Таким образом, итогом второго этапа эволюции концепции устойчивого

развития является триединый подход. Экологическая и социально-экономическая сферы стали анализироваться комплексно, как взаимосвязанные и взаимодополняющие понятия. Устойчивое развитие перестало рассматриваться исключительно с позиции устойчивости окружающей среды, сохранения невоспроизводимой ресурсной базы и минимизации загрязнений.

Третий этап развития концепции, действующий с 1993 года по наши дни характеризуется закреплением данной концепции в национальном и международном законодательстве, бизнес-среде, также в системах массовой информации. Этот период связан с более пристальным вниманием к социальной составляющей. В сфере экологии на передний план выходит проблема изменения климата, а также ее связь с перспективами экономического роста и развития. Глобальный финансово-экономический кризис по-новому высвечивает проблему неустойчивости глобальной экономической системы, показывая, что «свободный рынок» не способен к саморегуляции не только в интересах сохранения ресурсов биосферы и социальной справедливости, но и для обеспечения долгосрочной экономической стабильности.

В настоящее время термин «устойчивое развитие» (sustainable development) широко распространен в научном, политическом и бизнес-сообществах. В последние годы он все чаще используется как в формате международных отношений, так и в программных документах различного уровня. На корпоративных сайтах многих компаний наряду с разделами по корпоративной социальной ответственности появляются разделы, посвященные устойчивому развитию. С нашей точки зрения, является возможным выделить ряд определений устойчивого развития.

Таблица 1 – Подходы к определению термина «Устойчивое развитие»

| Автор | Содержание определения | Отличительные особенности |
|---|---|---|
| Джон Элкингтон | Концепцию устойчивого развития необходимо рассматривать через призму «устойчивого развития компании», под которой автором понимается | Распространение концепции устойчивого развития на микроэкономический уровень |

| | | |
|---|---|---|
| | «беспроигрышная корпоративная стратегия, ведущая к устойчивому развитию» | |
| Мировой банк | Управление совокупным капиталом общества в интересах сохранения и приумножения человеческих возможностей | Основная цель – рост возможностей для всего человечества |
| Законодательство РФ | Гармоничное развитие производства, социальной сферы, населения и окружающей природной среды | Сохранение баланса при развитии различных составляющих концепции |

Окончание таблицы 1

| Автор | Содержание определения | Отличительные особенности |
|---|---|---|
| Действующий член Международной академии устойчивого развития А.Д. Урсул | Глобальная стратегия разрешения глобального социоприродного противоречия между растущими потребностями человечества и невозможностью биосферы обеспечить эти потребности | Согласованность между потребностями человечества и количеством природных ресурсов |
| Доктор химических наук, вице-президент Российской академии наук Валентин Афанасьевич Коптюг | Модель развития общества при которой удовлетворяются основные жизненные потребности как сегодняшнего, так и будущих поколений | Удовлетворение текущих потребностей общества в той степени, которая позволит удовлетворять потребности будущих поколений |
| Советский и российский ученый, академик академии наук СССР, Никита Николаевич Моисеев | Реализация пути к коэволюции природы и общества | Развитие общества по пути, способствующему сохранению природных богатств |
| Лауреат премии Правительства Российской Федерации в области науки и техники, доктор биологических наук, профессор Геннадий Самуилович Розенберг | Устойчивое развитие – развитие, сохраняющее целостность | Такое развитие человечества, при котором разрушение достигнутых результатов невозможно |

В статье Дж. Элкингтона «На пути к устойчивой корпорации: беспроигрышная корпоративная стратегия, ведущая к устойчивому развитию» был сформулирован абсолютно новый подход к устойчивому развитию. Основным отличием данного подхода является распространение концепции устойчивого развития на микроэкономический уровень.

Эксперты Всемирного банка, ссылаясь на формулировку Комиссии ООН по вопросам окружающей среды и развития (1987), отмечают, что «развитие общества является устойчивым, т. е. может поддерживаться в течение долгого времени», и может трактоваться как «управление совокупным капиталом общества в интересах сохранения и приумножения человеческих возможностей» [14].

В законодательстве Российской Федерации устойчивое развитие определяется как «гармоничное развитие производства, социальной сферы, населения и окружающей природной среды» [1].

Согласно мнению А. Д. Урсула, устойчивое развитие «рассматривается как глобальная стратегия разрешения глобального социоприродного противоречия между растущими потребностями человечества и невозможностью биосферы обеспечить эти потребности» [16]. А. Д. Урсул и А. Л. Романович рассматривают определение УР с двоякой позиции. Во-первых, это «развитие человечества, при котором удовлетворение потребностей настоящих поколений осуществляется без ущерба для будущих поколений». Во-вторых, устойчивое развитие должно быть управляемым и сбалансированным всесторонним развитием общества, не разрушающим своей основы и обеспечивающим непрерывный прогресс цивилизации. Особо важен тот факт, что «появление новой стратегии развития означает постепенное соединение в единую самоорганизующуюся систему экономической, экологической и социальной сфер деятельности. В этом смысле устойчивое развитие должно характеризоваться экономической эффективностью, биосферосовместимостью и социальной справедливостью» [74].

Доктор химических наук, вице-президент Российской академии наук Валентин Афанасьевич Коптюг согласен с классическим определением устойчивого развития, определяя его моделью развития общества при которой удовлетворяются основные жизненные потребности как сегодняшнего, так и будущих поколений [57].

Советским и российским ученым, академиком академии наук СССР, Никитой Николаевичем Моисеевым отмечается, что перевод термина «sustainable development» трактуется неудачно. Он отмечал, что утвержденный перевод порождает иллюзии относительно того, что кризисные явления возможно преодолеть без фундаментальных изменений. Сам ученый трактовал устойчивое развитие как реализацию пути к коэволюции природы и общества [57].

Лауреат премии Правительства Российской Федерации в области науки и техники, доктор биологических наук, профессор Геннадий Самуилович Розенберг утверждает, что более верным переводом термина «sustainable development» является термин «допустимое развитие» или «развитие, сохраняющее целостность» [64]. Причиной такой трактовки служит то, что «развитие» в данном контексте характеризует состояние цивилизации, что исчезает при общепринятом переводе. Предлагаемое нами определение устойчивого развития не противоречит нашему переводу термина «sustainable development»» - «допустимое развитие», которым можно считать такое развитие, которое позволяет удовлетворять потребности ныне живущего поколения и не будет ставить под угрозу возможность удовлетворения потребностей будущих поколений.

На наш взгляд, термин «устойчивое развитие» может трактоваться как долгосрочная глобальная стратегия в масштабах определенного региона или планеты, направленная на поддержание устойчивости социально-экономической и экологической сфер за счет контроля за нагрузкой на эти сферы обществом с целью удовлетворения текущих потребностей.

Анализ публикаций зарубежных и российский авторов позволяет выделить, в качестве доминирующего в настоящее время подхода, триединый подход, в соответствии с которым, устойчивое развитие имеет три основания (аспекта, измерения) – экономическое, экологическое и социальное. Триединый подход означает признание того, что устойчивое развитие определяется системой факторов – экономических, социальных, экологических, предполагает экономическую, социальную и экологическую устойчивость, как на макроуровне,

так и на корпоративном уровне, а измерение устойчивого развития делает необходимым использование экономических, социальных и экологических индикаторов. Триединый подход к трактовке устойчивого развития следует рассматривать в качестве важнейшей методологической основы исследования устойчивого развития и на корпоративном уровне.

## 1.2 Сущность, нормативно-правовое обеспечение и проблемы дистанционного банковского обслуживания в Российской Федерации

Возросшая конкуренция в сфере банковского обслуживания диктует банкам новые условия, особенно при возрастании популярности культуры потребления физических лиц. На сегодняшний день, клиенты хотят больше, чем просто иметь возможность получения того или иного товара или услуги. Сейчас немаловажным критерием выбора банковского обслуживания является скорость её исполнения, удобство и наличие дополнительных стимуляторов покупателя, таких как всевозможные программы лояльности.

Лояльность – это характеристика клиента, определяемая его приверженностью определенному продавцу, бренду, и т.д. В литературе принято определять лояльность клиента как результат взаимодействия экономической и эмоциональной лояльности [21].

Современная банковская конкуренция диктует новые требования, при которых клиенты стремятся к возможности совершения операций по получению банковских продуктов и управлению имеющимися без необходимости личного посещения отделения кредитных организаций. В сложившейся ситуации конкурентное преимущество получают те организации, которые способны предложить клиентам услуги по дистанционному банковскому обслуживанию (далее ДБО).

Дистанционное банковское обслуживание – общий термин, для любых технологий предоставления банковских услуг на основании распоряжений,

принимаемых от клиента удаленным образом посредствомразличных каналов телекоммуникации [66].

Представляется возможным классификация услуг дистанционного банковского обслуживания по каналам телекоммуникации, обеспечивающим передачу удаленных распоряжений от клиентов к банку. В наши дни наиболее актуальными каналами связи являются интернет-каналы и мобильная связь. Однако, и более устаревшие технологии сегодня используются в современных российских банках, что отражено в таблице 2.

Дистанционное банковское обслуживание в нашем понимании является современным этапом развития банковских технологий. Ключевыми аспектами его эволюции развитие внешней среды, и научно-технический прогресс, без развития которого было бы невозможно зарождение самого понятия дистанционного банковского обслуживания.

Таблица 2 – Классификация ДБО по используемым каналам связи

| Технология доступа | Устройство доступа | Тип связи | Оказываемые услуги |
|---|---|---|---|
| Интернет | Смартфон, ноутбук, планшетный компьютер, персональный компьютер | Интернет-соединение с помощью приложений и браузерных личных кабинетов | Получение информации о состоянии текущих лицевых счетах; Управление текущими лицевыми счетами; Получение информации о продуктовой линейке банка; Осуществление банковских переводов; Осуществление валютных операций; Возможность получения технической поддержки банковского сотрудника или оформления заявки на обратный звонок. |
| Мобильная связь | Мобильный телефон, смартфон, планшетный компьютер | Сотовая связь | Получение технической поддержки; Пользование услугами смс-банкинга; Получение доступа к мобильному банку; |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | | Управление счетами и получение информации о состоянии лицевых счетов. |
| Терминал | Терминал или банкомат | Зашифрованный сетевой канал между кредитной организацией и терминалом | Получение информации о состоянии лицевого счета; Транзакционные операции; Подключение или отключение дополнительных услуг; |
| Почтовые распоряжения | Письма, буклеты, брошюры. | Служба почты. | Информация о новинках продуктовой линейки; Информация об изменениях данных банка; Контактная информация банка. |
| Телефония | Стационарный телефон | Доступ посредством телефонии | Получение консультационных услуг; Информирование о банковских продуктах; |

Эволюцию организационных основ управления банковским обслуживанием условно можно разделить на четыре этапа, отраженные на рисунке 3 [23].

Рисунок 3 – Этапы эволюции дистанционного банковского обслуживания

Первый этап (1960-1980 гг.) характеризуется формированием рынка розничных банковских услуг. С появлением первых доступных компьютеров происходит автоматизация внутрибанковских операций, формирование каналов продаж, реализация технологии предоставления банковских услуг посредством банкоматов.

В этот период основным каналом предоставления услуг являются банковские отделения, в будущем такая модель системы продаж банковских продуктов получила название традиционной или классической. Основой традиционной модели продаж является децентрализация физического присутствия кредитной организации, с филиалами и отделениями, присутствующие в различных населенных пунктах и реализующими определенные банковские продукты.

В середине 1960-х годов благодаря развитию технологий появляются банкоматы. Расширение массовых розничных банковских услуг всех кредитных институтов привело к стиранию различий между банковскими группами, универсализации банковской деятельности, и как следствие – быстрому усилению взаимодействия с внешней средой со стороны банков. Это, в свою очередь, вызвало необходимость в изменениях самих банков. Таким образом, начался процесс самоорганизации банков как систем, и их подсистем управления продажами розничных банковских услуг.

Второй этап (1980-2000 гг.) развития ДБО характеризуется развитием цифровых технологий проведения платежей. Банковские карты, банкоматы, телефонный банкинг и развивающийся электронный банкинг вытесняют процесс проведения банковских операций на основе бумажных носителей информации. Причиной данной тенденции является стремления кредитных организаций к сокращению стоимости транзакций и расширению круга клиентов.

В 80-е годы прошлого столетия филиальные сети кредитных организаций имели возможность к автоматизации проведения внутрибанковских операций, что

оказало положительный экономический эффект на стоимость проведения таких операций. Конкуренция того времени диктовала свои условия, с появлением телефонного и электронного банкинга число филиалов и отделений банков сокращается, а также, меняет свой формат. Следствием чего является многочисленные процессы слияния и поглощения в банковской сфере.

Дальнейшее развитие цифровых технологий в первом десятилетии 21-ого века открывает третий этап эволюции дистанционного банковского обслуживания. Клиенты имеют возможность круглосуточного доступа к собственным счетам и управлению ими посредством не только банкоматов и телефонного банкинга, но и с помощью браузерных версий личных кабинетов, а также с использованием мобильных приложений. С точки зрения клиентов данные технологии означают удобство использования, а с точки зрения банков – сокращение издержек на обслуживание клиентов. Мобильный банкинг и по сей день является одним из наиболее перспективных каналов продаж.

Четвертый этап, начавшийся с 2010 года и продолжающийся по наши дни характеризуется переходом на цифровые технологии не только транзакционных операций, но и реализации банковских продуктов, а также дальнейшее их сопровождение. В современной России кредитные организации только начинают формировать опыт клиентов в самообслуживании и самостоятельном выборе банковских продуктов.

Низкая популярность ДБО в России относительно Западных стран обусловлена молодостью данного вида банковского обслуживания и невысоким уровнем финансовой грамотности населения. Отставание от зарубежных стран происходит как по предложению такого комплекса услуг, так и по спросу на них. Так по данным одного из лидеров рынка по разработке систем ДБО компании «Банк Софт Системс», даже среди крупнейших кредитных организаций, только около 40% из них предлагают полноценное банковское обслуживание, а процент населения, использующего удаленное управление банковскими продуктами ничтожно мал. Однако, в сложившейся ситуации, можно увидеть не только

отсталость этой сферы деятельности от более развитых стран, но и потенциал для роста

Вопрос стоимости современного дистанционного банковского обслуживания для клиентов был освещен изданием «Ведомости» на основании исследования, проведенного аналитической компанией «MarkswebbRank&Report». Анализу были подвергнуты тарифы на ДБО 30 наиболее крупных российских банков. Исследование показало, что наибольшую долю среди затрат частных клиентов составляют разовые комиссии за денежные переводы в сторонние банки по номерам пластиковых карт. Комиссия за данную услугу варьируется от 0,5% до 2%. Стоимость перевода по номеру счета колеблется в пределах от 0,1% до 1%. Внутрибанковские дистанционные переводы бесплатны во всех банках. Исключением является только Сбербанк, в котором присутствует комиссия при внутрибанковском «Cart2Cart» переводе, при условии того, что карты были выпущены в различных регионах Российской Федерации. Абонентские платежи за подключение и обслуживание каналов ДБО почти во всех исследованных банках отсутствуют. В 28 из 30 банков нет платы за подключение интернет-банка и пользование сервисом [17].

Также исследование позволило выявить, что совокупное количество клиентов, пользующихся мобильными банками, составляет 18 миллионов человек в возрасте от 18 до 64 лет. Из них 17% – предпочитают исключительно мобильный банкинг. К тому же, наблюдается тенденция по снижению популярности колл-центров банков, на смену которым приходят консультанты, работающие по средствам переписки в онлайн чате. Что касается структуры операций, совершаемых с помощью удаленных манипуляций клиента, по данным опроса, проведенного в 2017 году исследовательскойкомпанией «J’son&PartnersConsulting», наибольшую популярность имеют проверка последних операций клиентов, а также различные виды переводов [24].

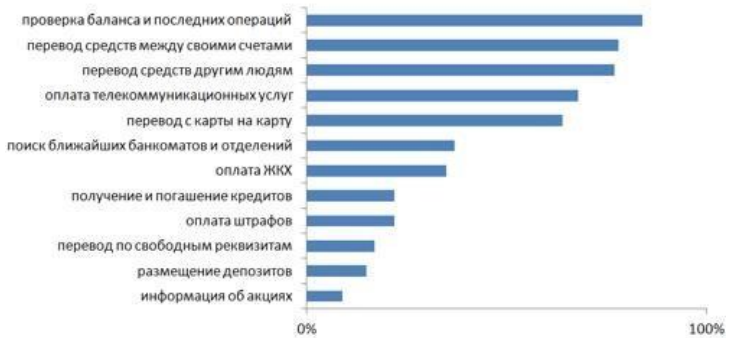



Рисунок 4 – Операции, совершаемые по средствам удаленных распоряжений на 01.01.2018 года

Дистанционное банковское обслуживание является универсальным средством по управлению банковскими счетами и пользованию банковскими продуктами. Посредством данного метода с точки зрения банка возможно как размещение денежных средств, так и их привлечение. Другими словами, ДБО приносит пользу самой кредитной организации и её клиентам, а значит, должно иметь четкую правовую основу, которая будет регулировать данную деятельность, учитывая её специфику в виде необходимости обеспечения безопасности операций [25].

На сегодняшний день регулирование дистанционного банковского обслуживания осуществляется посредством Федеральных Законов, положений и писем Банка России. В Федеральном законе «О национальной платежной системе» от 27.06.2011 № 161-ФЗ присутствуют значимые статьи с точки зрения информационной безопасности [2] данные статьи отражены на рисунке 5.

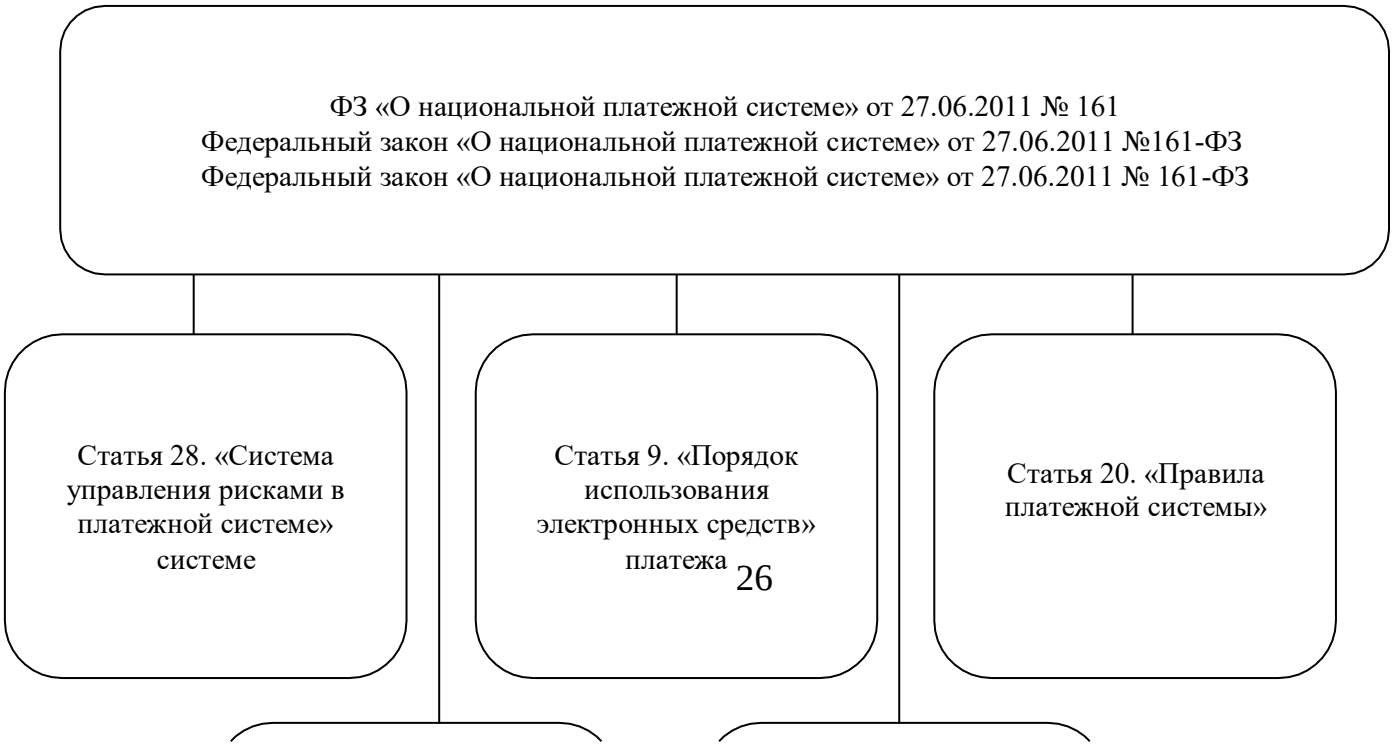


Рисунок 5 – Значимые статьи, содержащиеся в ФЗ №161 «О национальной платежной системе, с точки зрения информационной безопасности»

Говоря об информационной безопасности в банковской среде, необходимо упомянуть Стандарт Банка России «Обеспечение информационной безопасности организаций банковской системы Российской Федерации», принятый и введенный в действие Распоряжением Банка России от 17 мая 2014 года № Р-399. Данный документ регламентирует вопросы информационной безопасности в банковской сфере [82], основные его направления отражены на рисунке 6.

Рисунок 6 – Структура Стандарта Банка России в области обеспечения информационной безопасности в банковской сфере

Существует ряд писем Банка России, регулирующих положения по ДБО, отраженных на рисунке 7.

Рисунок 7 – Письма Банка России, регулирующие ДБО

Среди писем Банка России, регулирующих использование банками системы ДБО можно выделить следующие:

– письмо Банка России от 30.08.2006 № 115-Т «Об исполнении 115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным

путем, и финансированию терроризма» в части идентификации клиентов, обслуживаемых с использованием технологий ДБО (включая интернет-банкинг)» обозревает требования об идентификации лиц, которым предоставляются полномочия по распоряжению банковским счетом (банковским вкладом) с использованием ДБО [4];

– письмо Банка России от 05.04.2007 № 44-Т «О проверке осуществления кредитными организациями идентификации клиентов, обслуживаемых с использованием технологий ДБО (включая интернет-банкинг)». Разработано в целях повышения эффективности проведения проверок соблюдения кредитными организациями Федерального Закона №115 «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма». Данное письмо регламентирует проверку полномочий лица, передающего удалённые распоряжения по управлению денежными средствами, находящихся на банковском счете. А также, отнесение производимых операций, осуществляемых с помощью интернет-технологий, к операциям с повышенной степенью риска с целью легализации доходов, полученных преступным путем в соответствии с Положением Банка России № 262-П «Об идентификации кредитными организациями клиентов и выгодоприобретателей в целях противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» [5];

– письмо Банка России от 27.04.2007 № 60-Т «Об особенностях обслуживания кредитными организациями клиентов с использованием технологии дистанционного доступа к банковскому счету клиента».На основании данного документа кредитным организациям рекомендуется включать в договоры право банка отказывать клиенту в приеме от него распоряжения на проведение операции по банковскому счету (вкладу), подписанному аналогом собственноручной подписи, в случае выявления сомнительных операций клиентов [6];

– письмо Банка России от 07.12.2007 № 197-Т «О рисках при ДБО» рекомендует банкам включать в договоры, заключаемые с провайдерами Интернета, обязательства сторон по принятию мер, направленных на оперативное восстановление функционирования ресурса при возникновении нештатных ситуаций, а также ответственности за несвоевременное исполнение таких обязательств. Также Банк России обращает внимание кредитных организаций на необходимость распространения предупреждающей информации для своих клиентов, в том числе с использованием представительств в сети Интернет (web-сайтов), о возможных случаях неправомерного получения персональной информации пользователей систем ДБО [7];

– письмо Банка России от 31.03.2008 № 36-Т «О Рекомендациях по организации управления рисками, возникающими при осуществлении кредитными организациями операций с применением систем Интернет-банкинга». Данный документ обозревает вопросы терминологии, основ проведения анализа рисков, принципы управления рисками, управления внутренней документации банка и информационного обеспечения управления рисками при использовании дистанционного способа обслуживания клиентов [8];

– письмо Банка России от 30.01.2009 № 11-Т «О рекомендациях для кредитных организаций по дополнительным мерам информационной безопасности при использовании систем интернет-банкинга»содержит информацию, указывающую на возросшие риски несанкционированного списания денежных средств, а также содержит положения о необходимости принятия дополнительных мер безопасности и контроля [59];

– письмо Банка России от 26.10.2010 № 141-Т «О рекомендациях по подходам кредитных организаций к выборупровайдеров и взаимодействию с ними при осуществлении дистанционного банковского обслуживания». Раскрывает подход к выбору провайдеров на основании анализа рисков, а также оценивает возможности получения от провайдеров информации, необходимой кредитной организации для эффективного управления рисками, сопутствующими ДБО [10].

Также, регулирование деятельности в сфере дистанционного банковского обслуживания производится посредствам следующих положений Банка России:

– «положение о порядке ведения кассовых операций и правилах хранения, перевозки и инкассации банкнот и монеты Банка России в кредитных организациях на территории Российской Федерации» (утв. Банком России 24.04.2008 № 318-П) (ред. от 16.02.2015) (Зарегистрировано в Минюсте России 26.05.2008 № 11751) (Раздел IV Глава 11. «Организация работы с наличными деньгами при использовании банкоматов, платежных терминалов, автоматических приемных устройств и кассовых терминалов» [77];

– «положение о межрегиональных электронных расчетах, осуществляемых через расчетную сеть Банка России» (утв. Банком России 23.06.1998 № 36-П) (ред. от 13.12.2001) [80].

Таким образом, на сегодняшний день нормативно-правовое регулирование в области дистанционного банковского обслуживания присутствует, однако, должно развиваться темпами, соответствующими развитию современных технологий.

Другим немаловажным фактором, препятствующим развитию ДБО, является непопулярность и неразвитость безналичной формы платежей, так как большая часть клиентов отечественных банков привыкли к визуальному контакту с операционными сотрудниками банка при совершении операций, а также к получению документарных доказательств, имеющих реальную форму. В отличие от юридических лиц, физические – не должны держать счет в банке, и потому до сих пор многие в повседневной жизни оперируют наличностью. Не смотря на преимущества безналичной формы расчетов, некоторым гражданам необходимы более веские аргументы, чем принудительная популяризация банковских карт посредством зарплатных и социальных проектов. Для некоторых слоев населения это дает лишь очереди в банкомат за наличными средствами. Рядом с этой проблемой также стоит и другая – низкий уровень финансовой грамотности, причиной которой является отсутствие интереса к банковским продуктам и

низкий уровень информированности в области новых предложений коммерческих банков [72].

Параллельно с финансовой неграмотностью стоит техническая. Выражается это в трудности освоения техники, необходимой для функционирования системы дистанционного банковского обслуживания, такой как мобильный банкинг, интернет-банкинг и другое. Со своей стороны, кредитные организации стараются совершенствовать собственную систему ДБО, что возможно ещё более усложняет понимание моментов управления для клиентов. В качестве примера можно привести сложный интерфейс программного обеспечения для мобильных телефонов или многоступенчатые переходы в системе IVR. Однако, на сегодняшний день многие кредитные организации уже осознали необходимость простоты удаленного управления банковскими продуктами, другие же будут вынуждены оказывать услуги только технически «продвинутым» слоям населения [44].

Одна из главных ошибок руководства банков в продвижении дистанционных каналов заключена в том, что не все банки позиционируют эти услуги как полноценный продукт: вместо того, чтобы рассматривать дистанционный банкинг как удобную для клиента форму взаимодействия с банком, они очень часто позиционируют ее как второстепенную услугу. Вместе с этим наблюдается и отсутствие надлежащего внимания к продвижению Интернет-банкинга со стороны самих банков. Множество банков, давно освоивших технологии для юридических лиц, покупают технические продукты для ДБО физических лиц, не понимая, как ими воспользоваться. В некоторых банках после ввода продукта в эксплуатацию не печатаются буклеты и совершено никак не пытаются проинформировать клиентов о новых способах обслуживания. Одна из главных причин таких провалов заключена в том, что развитие, формирование, продвижение этого бизнеса, а также клиентская поддержка полностью поручаются ИТ-специалистам, что неправильно. Важны не технологии сами по себе, а то, как эти технологии предлагаются клиентам.

Другой проблемной областью развития дистанционного банковского обслуживания в России является неразвитость коммуникационной инфраструктуры в регионах. Необходимо расширять коммуникационную сеть, а в тех регионах, где по каким-либо причинам это совсем невозможно, осваивать оффлайн-решения. Для полной реализации идеи дистанционного обслуживания необходимы развитая и обширная сеть каналов связи, что на сегодняшний день недоступно в некоторых частях России.

## 1.3 Ключевые показатели устойчивого развития на уровне организации

Формирование понимания концепции устойчивого развития в отношении корпорации не могло быть полноценным без вклада основателя английской консалтинговой компании «Sustainability» – Джона Элкингтона. Именно он в 1994 году ввёл понятие «тройного итога» (в оригинале – «triplebottomline» или «3BL»). Формулирование данного понятия позволило сделать уклон на анализ социально-экономического влияния деятельности организации. Ранее упор делался на финансово-экологический аспект. Фактические, модель 3BL рассматривала триединый подход к концепции устойчивого развития именно в масштабах корпорации, а не в рамках всего мира. Джон Элкингтон утверждал, что переход мирового капитализма к парадигме устойчивого развития корпорации возможен лишь в том случае, если эта корпорация сможет пережить семь революций, отраженных на рисунке 8.

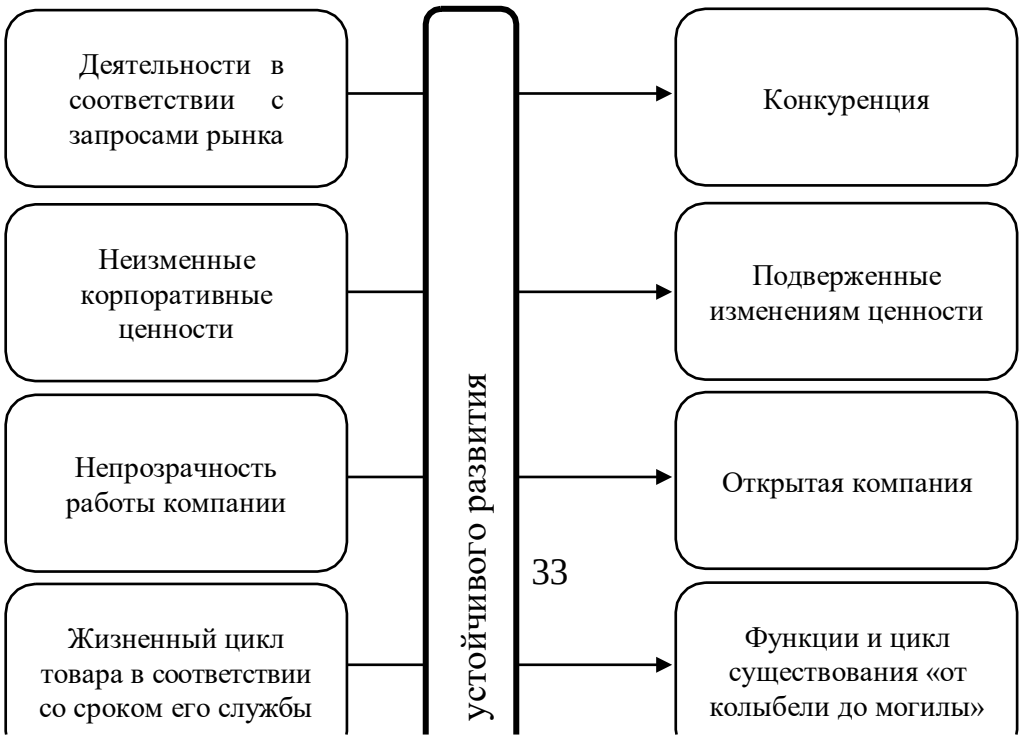


Рисунок 8 – «Семь революций» на пути к новой парадигме устойчивого развития корпорации

Особой заслугой Джона Элкингтона является продвижение стратегии трехсторонней выгоды (Triplewinstrategy), в рамках которой выгоду от хозяйственной деятельности организации получала не только корпорация и её потребители, а всё общество в целом [38]. В 1997 году Элкингтоном было выделено три основания устойчивого развития компании – люди, планета, прибыль. Приоритетность этих условий необходимо рассматривать в порядке их чередования.

Увеличение открытости компаний провоцирует усиление конкуренции. По мнению Джона Элкингтона этот эффект сравним с землетрясением в городе, построенном на песке. Другими словами, некогда твердое основание становится вязким и поглощает целые здания. При формировании новой парадигмы может возникнуть аналогичная ситуация в масштабах национальной экономики, когда высококонкурентный «вязкий» рынок мгновенно поглотит целые компании и

даже отрасли. И только способность оценить рыночные условия и определить факторы, которые могут спровоцировать этот процесс, станет ключом к элементарному выживанию бизнеса [36].

Происходящая в наши дни революция прозрачности бизнеса охватывает всё большее количество предприятий. Обязательства, идеология и деятельности предприятий привлекают к себе внимание со стороны общества. Несмотря на то, что некоторые формы отчетности продолжают носить добровольный характер, на сегодняшний день существуют и обязательные отчетности корпораций. Процесс открытости информации можно связать со вступлением общества в эпоху информационных технологий.

Общественные ценности находятся в основе программ социального поведения, и периодически изменяются, как минимум с приходом нового поколения. В такой ситуации общество выходит из равновесного состояния. Корпорации, чувствовавшие себя в течении нескольких десятилетий уверенными, вдруг осознают, что общество потребителей уже не то, что было прежде.

Как уже было отмечено ранее – возрастает прозрачность деятельности корпораций, следствием чего является изменение жизненного цикла товара. В настоящее время увеличивается интерес стейкхолдеров 3BL последствиями хозяйственной деятельности корпорации. Более того, интерес вызывает не только цепочка поставки и реализации товара, но и последствия использования продуктов. Другими словами, жизненный цикл товара расширяется с временного промежутка его непосредственного использования до периода полного его существования, включая и время, следующее за истечением срока полезного использования товара. Революцией в этой области является то, что корпорация продолжает нести ответственность за свою продукцию как после продажи, так и по завершению срока службы. Джон Элкингтон охарактеризовал эту ситуацию как «от колыбели до могилы» – то и есть от момента добычи сырья до переработки отслужившего свой срок изделия.

Изменение характера партнерских отношений связано с появлением новых форм партнерства, возникающих между конкурирующими организациями. Это не означает, что в бизнесе наступит полное спокойствие, напротив, усиливающаяся конкуренция этого не позволит. Конфликтующие корпорации будут вынуждены вырабатывать способ конкурентного сотрудничества.

Корпоративное управление может нести потенциальную революцию, связанную с пересмотром самой природы бизнеса, возникновением дискуссий относительно роли корпораций. К примеру, что такое бизнес и какова его роль? Кто должен иметь право голоса при принятии решений компанией? Возможен ли баланс между интересами акционеров и других заинтересованных сторон? И как этот баланс соотносится с триединым итогом?

В научной литературе понятие времени является экономическим ресурсом. Революция может и должна быть связана с тем, как человечество относится этому понятию. По мнению Джона Элкингтона способность мышления в рамках долгосрочного периода является ключевой способностью на пути к устойчивому развитию корпорации. По его мнению, последствия и выгоды от деятельности корпорации необходимо уметь рассматриваться как минимум в масштабе десятков лет, а лучше – на несколько поколений вперед. Действующий в наши дни принцип «здесь и сейчас» не противоречит концепции «долгого времени», а лишь дополняет её. Переход к «долгому времени» в мышлении и бизнес-планировании, использование альтернативных видений развития событий и расчет возможных последствий расширяют горизонт термина «время».

Критерии, с помощью которых представляется возможным оценка устойчивого развития на уровне корпорации разрабатываются как в бизнес-сообществе, так и в академических исследованиях. Причиной разработки таких критериев является необходимость как целеполагания внутри компании, так и оценка компании стейкхолдерами. Количественная характеристика данного направления деятельности определяется термином «уровень устойчивого

развития», который представляет собой расчетную величину, определяющую степень соответствия характеристик корпорации критериям оценщика [81].

Международная инвестиционная швейцарская компания Robecosam специализируется на инвестициях в устойчивое развитие и осуществляет расчет уровня устойчивого развития корпорации на основании собственного исследования. Данное исследование основано на анкетировании компаний в области социально-экономической и экологической деятельности. Подход Robecosam включает в себя такие нематериальные составляющие успеха, как инновационный менеджмент, бренд менеджмент и отношения с потребителями.

В соответствии с методологией оценки уровня устойчивого развития корпорации, предлагаемой Robecosam в рамках аспектов, соответствующих концепции устойчивого развития (социального, экономического и экологического) выделяются отдельные группы показателей (приложение А). Соответствие обозначенным критериям особенно важно потому, что заинтересованные лица обычно реагируют не на сами действия компаний в области повышения уровня УР, а на оценку этих действий компетентными игроками рынка. В области устойчивого развития бизнеса Robecosam является признанным экспертом, поэтому конечная оценка, предоставленная этой компанией, является индикатором для рынка.

CorporateKnights – это канадская компания, ориентированная на продвижение экономической системы, в которой цены полностью учитывают социальные, экономические и экологические издержки и выгоды, а участники рынка четко осознают последствия их действия. В рамках составления рейтинга устойчиво развивающихся компаний Global 100 вышеуказанной организацией также проводится оценка уровня устойчивого развития. Крупнейшие компании, чьи акции торгуются на бирже проходят процедуру скрининга, в результате чего отбирается группа компаний, уровень устойчивого развития которых далее определяется показателям. Итоговый расчетный показатель находится в диапазоне 0-100% и рассчитывается, как среднее значение ключевых показателей,

применимых к данной отрасли; все показатели анализируются по отношению к среднему по отрасли. Необходимо отметить, что до 2013 года в рамках данного исследования внимание было обращено именно на управленческий процесс, а не на производимые корпорацией для общества блага. Таким образом, например, табачные компании могли получить уровень устойчивого развития выше, чем компании производящие экологически чистую продукцию. Такой подход вызвал резонанс среди заинтересованных лиц и начиная с 2013 года во время проведения процедуры скрининга отсеиваются компании, производящие оружие и табачную продукцию.

Глобальная инициатива по отчетности предназначена в качестве общепринятой системы отчетности в отношении аспектов, определяемых концепцией устойчивого развития. Компании, которые представляется возможным оценить с помощью этой системы не ограничены ни в географии, ни в отрасли, ни в размерах капитала. Руководством глобальной инициативы по отчётности предусмотрена публикация в финансовой отчетности компаний результатов по индикаторам, отражающим успешность действий по триединому итогу. Таким образом, эти индикаторы можно считать показателями устойчивого развития с точки зрения данного метода.

Воздействие корпорации на окружающую среду отражается экологическими индикаторами. Данные индикаторы оценивают уровень загрязнения экосистем, почвы, воды и воздуха и отражают расходы материалов, воды, энергии, а также влияние деятельности предприятия на биологическое разнообразие.

Для оценки экономического результата деятельности оцениваемого объекта применяются индикаторы, отражающие присутствие корпорации на рынке, экономическую результативность текущей деятельности и косвенные экономические воздействия.

Индикаторы социальной результативности относятся к воздействию организации на социальные системы, в рамках которых она функционирует

(включают следующие аспекты: подходы к организации труда, права человека, общество в целом, ответственностью за продукцию).

Существует методология оценки устойчивого развития корпорации, основанная на глобальной инициативе по отчетности и адаптированная для российских компаний, разработанная Российским союзом промышленников и предпринимателей. Базовые индикаторы данной методологии были разработаны с учетом принципов устойчивого развития, а также с учетом практики ведущих мировых компаний. Данные индикаторы предлагаются компаниям с целью формирования нефинансовых отчетов о деятельности. В рамках данного метода индикаторами являются количественная или качественная показатели, формирующие представление о достижения по различным направлениям деятельности в рамках концепции устойчивого развития. В сумме предлагается 48 индикаторов, в числе которых 29 являются основными (Приложение А). Основными функциями индикаторов является:

– соответствие принципам ответственного ведения бизнеса;
– облегчение сравнимости результатов нефинансовых отчетов (в том числе и для целей составления рейтинга уровня устойчивого развития);
– являются инструментом взаимодействия с заинтересованными сторонами;
– способствуют предприятиям в создании системы сбалансированного и актуального представления о социально-экономических и экологических результатах деятельности;
– способствуют совершенствованию системы управления в организации, повышению эффективности мониторинга, контроля и оценки ключевых результатов работы организации;
– поддерживают системы оценок показателей устойчивого развития.

Адаптация данной методологии к российским условиям является безусловным её преимуществам в отношении оценки уровня устойчивого развития отечественных компаний. Также, плюсом является открытость и сопоставимость индикаторов, благодаря чему можно с легкостью сравнивать уровень устойчивого

развития в различных компаниях (в отличие от методолгии Robecosam, в которой не раскрываются конкретно оцениваемые показатели). Другим преимуществом является более широкий охват аспектов воздействия, по сравнению с методолгией Global100. Стоит отметить также тот факт, что основные показатели, оцениваемые согласно подходу, предложенному РСПП, направлены на оценку результатов в социальной сфере в отличие от экологической направленности оценки Global 100 и специфичной для каждой отрасли оценкой SAM.

# 2 АНАЛИЗ ДИСТАНЦИОННОГО БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НА ПРИМЕРЕ ООО «ХОУМ КРЕДИТ ЭНД ФИНАНС БАНК» В СИСТЕМЕ ФАКТОРОВ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

## 2.1 Экономическая характеристика ООО «Хоум кредит энд финанс банк»

ООО «Хоум кредит энд финанс банк» – одна из крупнейших розничных кредитных организаций, осуществляющих деятельность на российском рынке, является дочерней компанией чешской корпорации «Homecreditgroup». С 2008 года ключевым направлением деятельности является универсальный розничный бизнес. На текущий момент, основной источник финансовых ресурсов – средства населения. Изначально, банк был зарегистрирован в 1990 году в Зеленограде под названием «Технополис». В марте 2002 года банк был

приобретен чешской компанией «Home Credit Finance», являющейся частью Home Credit Group. Сразу после покупки банк был переориентирован на потребительское кредитование, а в марте 2003 года официально переименован в «Хоум Кредит энд Финанс Банк» (далее сокращенно – ООО «ХКФ Банк»). В настоящий момент, банк входит в международную группу компаний «PPF», которая является одной из крупнейших финансовых компаний в Центральной и Восточной Европе. Основными бенефициарами ООО «ХКФ Банк» является владелец «PPFGroup» Петр Келнер (владелец более 88% компании) и его деловой партнер – Иржи Шмейц (владеющей долей около 7%).

Головной офис располагается в г. Москва, филиальная сеть включает в себя более 280 офисов, 1200 банкоматов и платежных терминалов в различных субъектах Российской Федерации. Также существует более 40 тысяч точек по приему платежей в рамках проекта сотрудничества с Почтой России.

В связи с замедлением роста экономики в период с 2013 по 2015 года с целью оптимизации расходов пришлось закрыть около 8% всех офисов и сократить 30% персонала. На сегодняшний день среднесписочная численность сотрудников составляет 14 239 человек.

Приоритетными направлениями деятельности ООО «ХКФ-Банк» является предоставление полного спектра финансовых услуг при приобретении потребительских товаров непосредственно в месте их реализации. Также приоритетным направлением является предоставление кредитов посредством пластиковых карт и наличными денежными средствами как с помощью собственной филиальной сети, так и через организации-партнеры.

На сегодняшний день ООО «ХКФ-Банк» занимается развитием сотрудничества с корпоративными клиентами как в рамках зарплатных и депозитных продуктов, так и в рамках программ потребительского кредитования. По данным на 01.01.2018 года более 5 миллионов человек являются вкладчиками и держателями кредитных и дебетовых пластиковых карт, общее число клиентов составляет более 35 миллионов человек.

Стратегическое развитие направлено на универсализацию, при этом банк стремится удержать позиции на рынке розничного кредитования, в том числе в сегменте POS-кредитования (в этом направлении банк работает более чем с 92 тысячами магазинов-партнеров). Так, по данным крупнейшего отечественного независимого финансового портала «Banki.ru» рынок POS-кредитования за 2017 год вырос на 11% или на 23,3 миллиарда рублей. Общий портфель десяти кредитных организаций, занимающий лидирующие позиций по объёмам товарных кредитов составляет более 230 миллиардов рублей. По результатам 2017 года лидером в этой области, как и год назад является «Хоум энд финанс кредит банк», на 01.01.2018 его портфель POS-кредитов составляет около 58 миллиардов рублей, рост по сравнению с прошлогодним результатом составляет 3,7 миллиарда рублей. На втором месте находится «ОТП-Банк», демонстрирующий портфель товарных кредитов в 30,8 миллиардов рублей на 01.01.2018, что на 1,8 миллиард рублей меньше, чем на 01.01.2017 года.

По мере восстановления потребительских настроений на рынке, за прошлый год помимо бытовой техники и мобильных устройств в ООО «ХКФ-Банк» отмечают роста спроса клиентов в таких POS-категориях, как «мебель», «одежда» и «туризм». На сегодняшний день POS-кредитование в банке представлено по всем наиболее актуальным направлениям, включая одежду, мебель, электронику и бытовые приборы, ювелирные изделия, товары для ремонта и различные услуги.

По данным отечественного рейтингового агентства «Эксперт РА» на 04.07.2017 года ООО «ХКФ Банк» присуждается рейтинг ruBBB+ по национальной шкале со стабильным прогнозом, что соответствует второму уровню оценки и характеризуется умеренным уровнем кредитоспособности и финансовой устойчивости по сравнению с другими объектами рейтинга в Российской Федерации, отмечается повышенная чувствительность к воздействию негативных изменений экономической конъюнктуры [48]. Данная оценка актуализирует вопрос повышения финансовой устойчивости предприятия. Под финансовой устойчивостью понимается ситуация, характеризуемая состоянием

финансовых ресурсов кредитной организации, при которой имеется возможность свободного оперирования денежными средствами, с целью эффективного их расходования и обеспечения беспрерывного осуществления собственной деятельности [37].

На сегодняшний день можно выделить три основные методики определения финансовой устойчивости кредитной организации, представленные в таблице 3.

Таблица 3 – Методики оценки финансовой устойчивости кредитных организаций

| Показатель | Методика агентства «Эксперт РА» | Методика В.С. Кромоонова | Методика Банка России |
|---|---|---|---|
| Капитал | Достаточность капитала. Коэффициент финансового рычага. Коэффициент качества капитала | Генеральный коэффициент надежности, Коэффициент защищенности капитала | Показатель достаточности капитала. Показатель общей достаточности |
| Активы | Просроченная задолженность. Объём принятого обеспечения. Объём созданных резервов и др. | Коэффициент мгновенной ликвидности, Кросс-коэффициент | Качество ссудного портфеля. Качество активов. Просроченные кредиты. Объёмы созданных резервов. Концентрация крупных кредитных рисков (в том числе на акционеров) |
| Ликвидность | Коэффициенты ликвидности, зависимость банка от рынка МБК | Генеральный коэффициент ликвидности | Коэффициенты ликвидности. Структура обязательств по срокам. Зависимость от МБК. Риск вексельных обязательств |
| Рентабельность | ROA, ROE, чистая процентная маржа | Коэффициент фондовой капитализации прибыли | ROA, ROE. Структура доходов и расходов. Чистая процентная маржа |

Одним из обязательных условий устойчивости кредитной организации является её ликвидность – возможность использования имеющихся денежных средств и прочих ликвидных активов для погашения долгосрочных обязательств.

Рост просроченной ссудной задолженности является одной из основных причин снижения ликвидности в современных кредитных организациях. Отсутствие согласованности между активами и пассивами также может привести к нарушению ликвидности.

Показатели достаточности капитала отражают способности банка противостоять неблагоприятным экономическим факторам без ущерба для самой кредитной организации, а также её клиентов. Не менее важным, чем размер капитала – является его качество. Своевременный контроль этих параметров позволит сохранить и укрепить финансовую устойчивость корпорации.

Вопрос рентабельности от различных видов деятельности коммерческого банка также является одним из основополагающих аспектов финансовой устойчивости. Целью определения банковской прибыльности является оценка её достаточности для успешного функционирования организации, расчетов по обязательствам и извлечению прибыли.

Таким образом, можно сделать вывод, что укрепление финансовой устойчивости кредитной организации представляется возможным только при реализации комплекса мероприятий, целью которых является увеличение доли собственного капитала в активах, сокращение просроченной задолженности, сбалансированное состояние денежных средств и краткосрочных обязательств, а также увеличение рентабельности текущей деятельности банка.

Отечественная авторская методика оценки финансовой устойчивости В. Кромонова находит широкое применение в российской практике финансовой оценки кредитных организаций. Исходными данными для расчетов показателей по данной методике служат бухгалтерские балансы банков, исходя из агрегированных данных рассчитываются соответствующие показатели:

1) Генеральный коэффициент надежности отражает степень защищенности работающих активов банка собственным капиталом.

$$К_1 = \frac{К}{АР}, \quad (1)$$

где$К_1$ – генеральный коэффициент надежности;

К – собственный капитал;

АР – работающие активы.

2) Коэффициент мгновенной ликвидности – показывает использование кредитной организацией клиентских денежных средств в качестве кредитных ресурсов.

$$К_2 = \frac{ЛА}{ОВ}, \quad (2)$$

где $К_2$ – коэффициент мгновенной ликвидности;

ЛА – ликвидные активы;

ОВ – обязательства до востребования.

3) Кросс-коэффициент отражает степень риска, допускаемого кредитной организацией при использовании привлеченных ресурсов.

$$К_3 = \frac{СО}{АР}, \quad (3)$$

где $К_3$ – кросс-коэффициент;

СО – суммарные обязательства;

АР – работающие активы.

4) Генеральный коэффициент ликвидности определяет возможность кредитной организации к своевременному удовлетворению требований кредиторов при невозврате выданных ссуд.

$$К_4 = \frac{ЛА+ЗК+ФОР}{СО}, \quad (4)$$

где $К_4$ – генеральный коэффициент ликвидности;

ЛА – ликвидные активы;

ЗК – защита капитала;

ФОР – фонд обяазательных резервов;

СО – собственные обязательства.

5) Коэффициент защищенности капитала предназначен для определения того, насколько кредитная организация учитывает инфляционные процессы в текущих экономических условиях и какую долю своих активов размещает в

недвижимости, ценностях, оборудовании.

$$К_5 = \frac{ЗК}{К}, \quad (5)$$

где $К_5$ – коэффициент защищенности капитала;

ЗК – защита капитала;

К – собственный капитал.

6) Коэффициент фондовой капитализации прибыли характеризует способность кредитной организации к капитализации полученной прибыли.

$$К_6 = \frac{К}{УФ}, \quad (6)$$

где $К_6$ – коэффициент капитализации прибыли;

К – собственный капитал;

УФ – уставный фонд.

Все рассчитываемые показатели имеют собственные весовые значения, которые в конечном итоге, определяют степень влияния каждого отдельного коэффициент на интегральный показатель финансовой устойчивости. Нормативные значения рассчитываемых показателей в соответствии с методикой В. Кромова абстрактны и стремятся к максимально возможному значению.

Таблица 4 – Нормативы и весовые значения показателей по методике Кромонова

| Показатель | Название | Нормативное значение | Весовое значение |
|---|---|---|---|
| $К_1$ | Генеральный коэффициент надежности | 1 | 45% |
| $К_2$ | Коэффициент мгновенной ликвидности | 1 | 20% |
| $К_3$ | Кросс-коэффициент | 3 | 10% |
| $К_4$ | Генеральный коэффициент ликвидности | 1 | 15% |
| $К_5$ | Коэффициент защищенности капитала | 1 | 5% |
| $К_6$ | Коэффициент фондовой капитализации | 3 | 5% |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | прибыли | | |

Таким образом, на основании данных, представленных в таблице 4 можно сделать вывод о том, что наибольшее влияние на итоговую оценку финансовой устойчивости по методике Кромонова оказывают генеральный коэффициент надежности и коэффициент мгновенной ликвидности.

Для определения уровня финансовой устойчивости по методике Кромонова полученные ранее коэффициенты подставляются в уравнение индекса надежности, принимающего значения от 0 до 100, соответственно, чем выше данный индекс, тем выше финансовая устойчивость кредитной организации.

$$N = 45 \times К_1 + 20 \times К_2 + \frac{10 \times К_3}{3} + 15 \times К_4 + 5 \times К_5 + \frac{5 \times К_6}{3}, \quad (7)$$

где N – индекс надежности;

$К_1$ – генеральный коэффициент надежности;

$К_2$ – коэффициент мгновенной ликвидности;

$К_3$ – кросс-коэффициент;

$К_4$ – генеральный коэффициент ликвидности;

$К_5$ – коэффициент защищенности капитала;

$К_6$ – коэффициент фондовой капитализации прибыли.

С целью определения текущего финансового состояния ООО «ХКФ Банк» необходимо провести горизонтальный и вертикальный анализ первой (Приложения Б и В) и второй (Приложения Г и Д) форм отчетности.

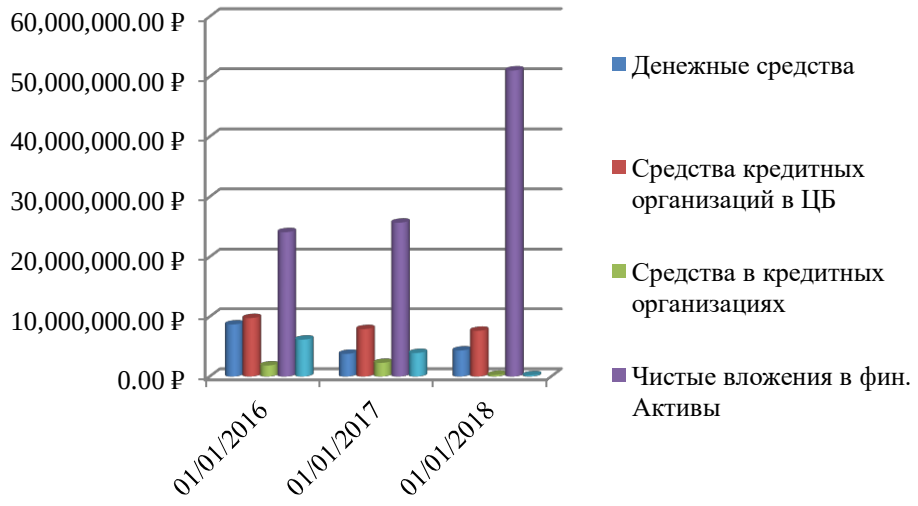
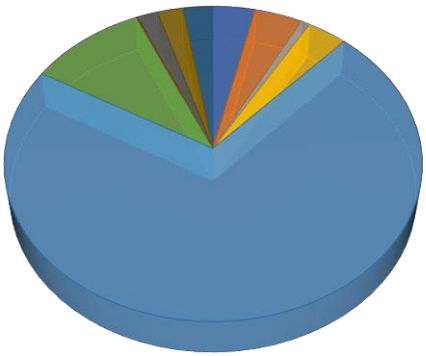
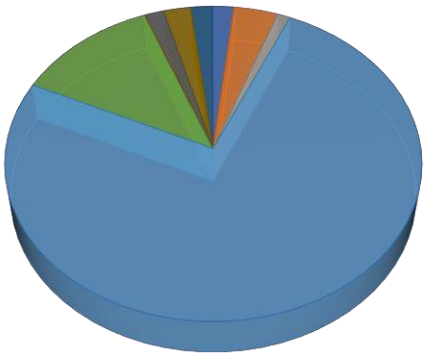


Рисунок 9 – Динамика активов ООО «ХКФ Банк» с 01.01.2016 по 01.01.2018, в тысячах рублей

Горизонтальный анализ бухгалтерского баланса ООО «ХКФ Банк» позволяет выявить тенденцию по снижению денежных средств на протяжении всего рассматриваемого периода с 8 707 миллионов рублей на 01.01.2016 до 4 357 миллионов рублей на 01.01.2018. Параллельно с денежными средствами наблюдается снижение долгосрочных активов, предназначенных для продажи с 6 173 миллионов рублей на 01.01.2016 до 217 286 тысяч рублей на 01.01.2018. Изменение средств кредитных организаций в Центральном Банке не настолько значительное, так относительное отклонение данной строки баланса для первого рассматриваемого периода составляет 19%, а для второго – 4%, суммарное снижение составило 2 129 миллионов рублей. На фоне вышеуказанных снижений наблюдается рост чистых вложений в чистые вложения в ценные бумаги и другие финансовые активы, имеющиеся в наличии для продажи с 24 119 миллионов рублей на 01.01.2016 до 51 029 миллионов рублей на 01.01.2018, суммарный рост данной строки баланса составил 26 910 миллионов рублей. Чистая ссудная задолженность снижается на протяжении первого рассматриваемого периода, абсолютное отклонение составляет 13 538 миллионов рублей, что соответствует 8% относительного отклонения. Во втором промежутке отмечается рост на 14% или 22 018 миллионов рублей.



01.01.2016



01.01.2017

Рисунок 10 – Динамика структуры активов ООО «ХКФ Банк» с 01.01.2016 по 01.01.2018, в процентах

Структурный анализ активов ООО «ХКФ Банк» в течении рассматриваемого периода (с 01.01.2016 по 01.01.2018) показал, что наибольшей долей (более 70%) в среде активов обладает чистая ссудная задолженность. Доля данной строки баланса возрастает на первом изучаемом периоде с 71,54% до 75,3%, но затем снижается до 70,79%. Наименьшими долями (менее 1%) на протяжении всего периода обладают: требования по текущему налогу на прибыль, чистые вложения в ценные бумаги, удерживаемые до погашения и средства в кредитных организациях. Доля денежных средств в структуре активов возрастает с 10% на 01.01.2016 до 20% на 01.01.2018 года. Доля средств кредитных организаций в Центральном Банке снижается с 4% до 2,99% для первой отчетной даты и последней соответственно.

Рисунок 11 – Динамика пассивов ООО «ХКФ – Банк» с 01.01.2016 по 01.01.2018 в тысячах рублей

Наибольшей долей (более 95%) на протяжении всего рассматриваемого периода в структуре пассивов ООО «ХКФ Банк» обладают средства клиентов, не являющихся кредитными организациями. Данная строка баланса снижается на 30 985 миллионов рублей в первом рассматриваемом периоде, но затем возрастает на 19% и составляет 203 901 миллионов рублей на 01.01.2018. Прочие обязательства снижаются на 15%, суммарное абсолютное отклонение составило 1 142 миллионов рублей. Средства кредитных организаций возрастают с 63 миллионов рублей на 01.01.2016 до 5 357 миллионов рублей на 01.01.2018, однако для последней отчетной даты удельный вес данной строки баланса составляет менее 3%, наибольшей долей продолжают обладать средства клиентов, не являющихся кредитными организациями.

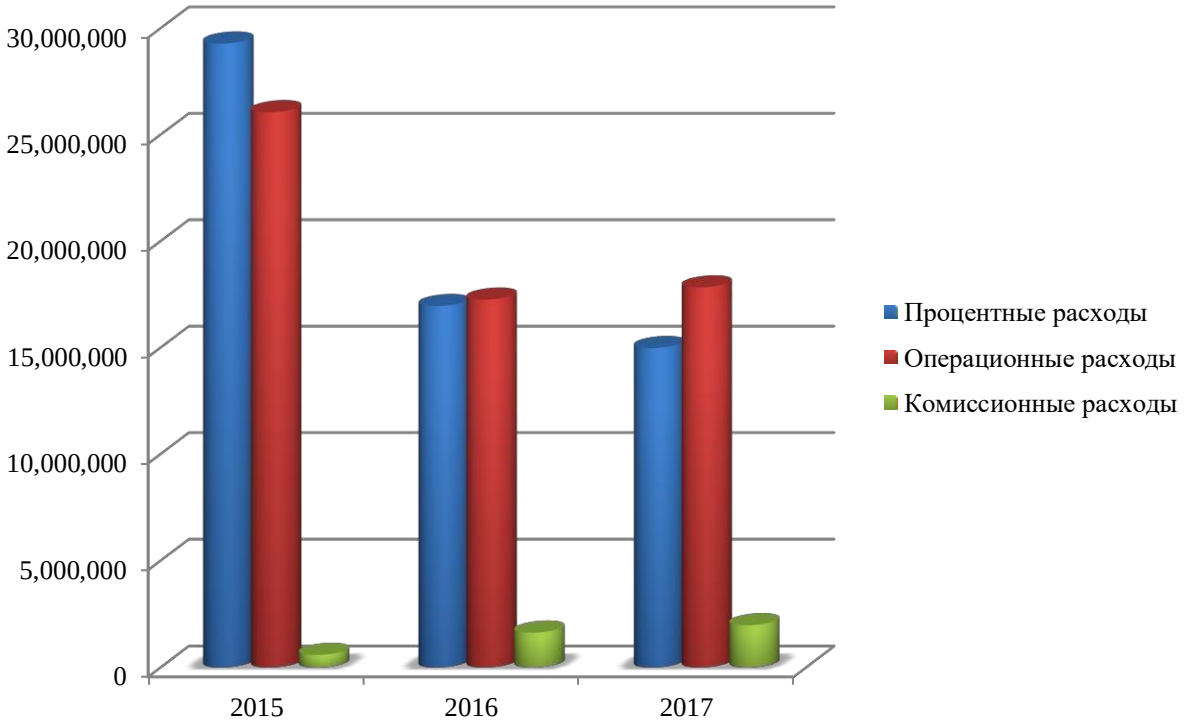



Рисунок 12 – Динамика расходов ООО «ХКФ Банк» за 2016 и 2017 года, в тысячах рублей

При анализе динамики расходов ООО «ХКФ Банк» было отмечено снижение процентных расходов с 29 283 миллионов рублей за 2015 год до 14 980 миллионов рублей за 2017 год. Относительное данной строки отчета о финансовых результатах составило 42,11% и 11,64% соответственно для первого и второго рассматриваемого периода. Также наблюдается резкое снижение операционных расходов по результатам 2016 года по сравнению с аналогичным показателем прошлого периода (на 33,79%). За 2017 год отмечается значение данной строки баланса в 17 829 миллионов рублей. Суммарное абсолютное с 2015 по 2017 года для данной строки составило 8 230 миллионов рублей. Комиссионные расходы возрастают с 592 322 тысяч рублей за 2015 год до 1 980 144 тысяч рублей за 2017 год.

Рисунок 13 – Динамка доходов ООО «ХКФ Банк» за 2016 и 2017 года, в тысячах рублей

Горизонтальный анализ второй формы отчетности ООО «ХКФ Банк» снижение процентных доходов с 60 526 миллионов рублей за 2015 год до 44 518 миллионов рублей за 2017 года. Также наблюдается снижение прочих операционных доходов с 13 144 миллионов рублей за 2015 год до 2 073 миллионов рублей за 2017 год. На фоне этого возрастают комиссионные доходы, суммарное абсолютное отклонение которых составило 7 206 миллионов рублей, данный строка отчета о финансовых результатах возрастает с значения в 3 959 миллионов рублей за 2015 год до 11 165 миллионов рублей за 2017 год. По итогу 2015 года отмечается убыток в 10 180 миллионов рублей, однако, по результатам 2016 общий финансовый результат составил 5 737 миллионов рублей, по результатам 2017 года – 11 627 миллионов рублей.

## 2.2 Эффективность дистанционного банковского обслуживания

По статистическим данным Центрального Банка на 01.02.2018 года в России 514 банков имеют права на осуществление деятельности. Динамика количества банков, отраженная на рисунке 14, демонстрирует сохранение тенденции по

сокращению банковских организаций. Таким образом за 2014 год число банков сократилось на 76 единиц, за 2015 – на 102 единицы, и ещё 106 кредитных организаций прекратили своё существование в течении 2016 года. За первые два месяца, текущего 2018 года число банковских организаций, сократилось с 517 до 514 единиц [18]. Данная статистика актуализирует вопрос повышения конкурентноспобности кредитной организации, одним из наиболее перспективных факторов стабильного развития и в наши дни является дистанционное банковское обслуживание – возможность реализации банковских продуктов посредством сети интернет.

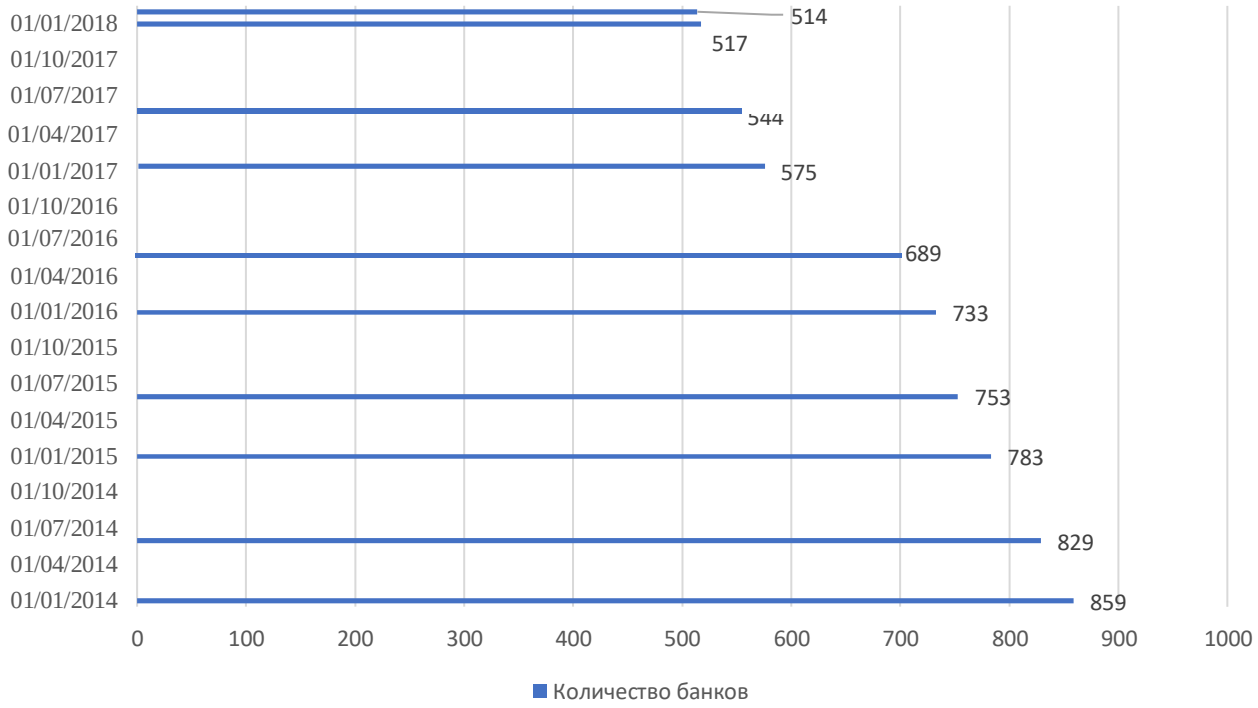



Рисунок 14 – Динамика количества банков в Российской Федерации, единиц

По данным ассоциации компаний интернет торговли (далее АКИТ) на 28 сентября 2017 года Россия является самой крупной страной в Европе по количеству пользователей сети интернет. Всего 84 миллиона человек ежемесячно посещают сеть. Не смотря на данную статистику, уровень проникновения интернета находится на значительно более низком уровне по сравнению с развитыми странами и составляет 70,4% – это означает то, что более четверти совершеннолетнего населения не совершает выхода в сеть хотя бы раз в месяц.

Больше всего пользователей интернетом в возрастной группе от 16 до 29 лет – 97%. Среди людей в возрасте от 30 до 54 лет – 82%. Среди людей старше 55 лет – лишь 28%. Во многом с низким показателем доли пользователей среди лиц старше 55 лет и связан низкий уровень проникновения интернета в России в целом и отсутствие роста.

Объем рынка интернет-торговли в России, представленный на рисунке 15, в 2017 году вырос на 25% по сравнению с 2016 годом и составил 1150 млрд рублей. Рынок продолжает уверенный рост [12].

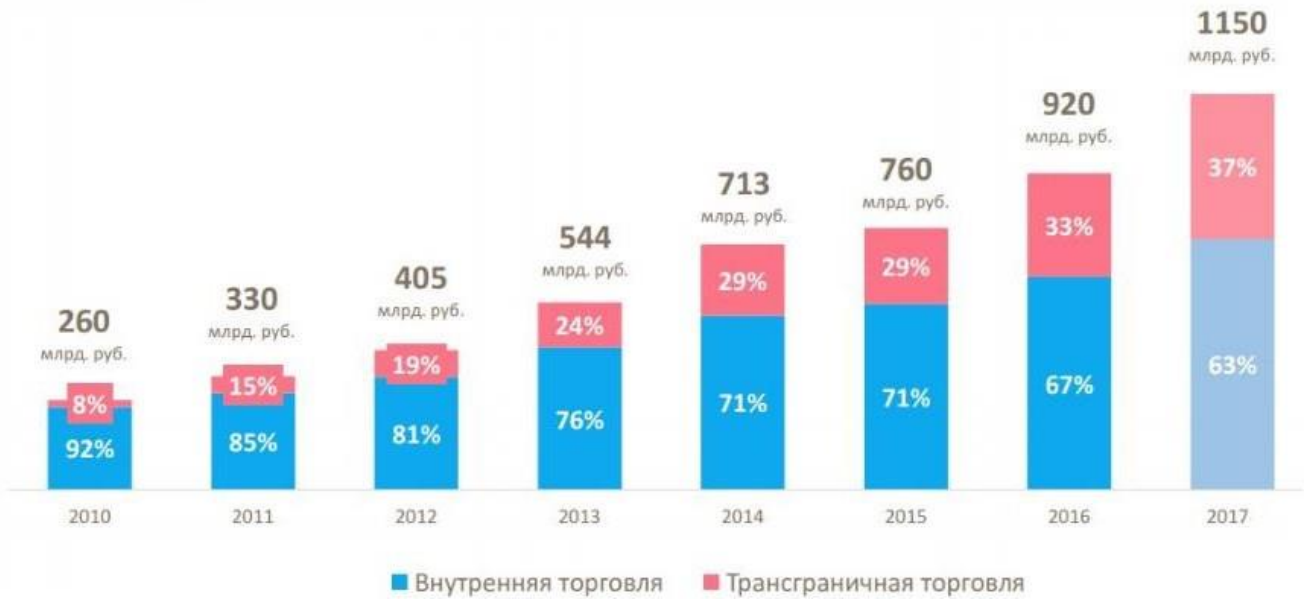



Рисунок 15 – Динамика российского рынка интернет-торговли

Таким образом, на основании исследований АКИТ относительно динамики российского рынка интернет-торговли можно сделать вывод что это стремительно развивающаяся сфера реализации продуктов и услуг, даже при низком уровне интернет проникновения, что позволяет говорить о больших перспективах в будущем и, следовательно, это заслуживающее внимания и представляющая интерес для изучения направление.

По статистическим данным Центрального Банка наблюдается тенденция к росту количества счетов с дистанционным доступом [22], открытых в банковских организациях, о чем свидетельствует рисунок 16.

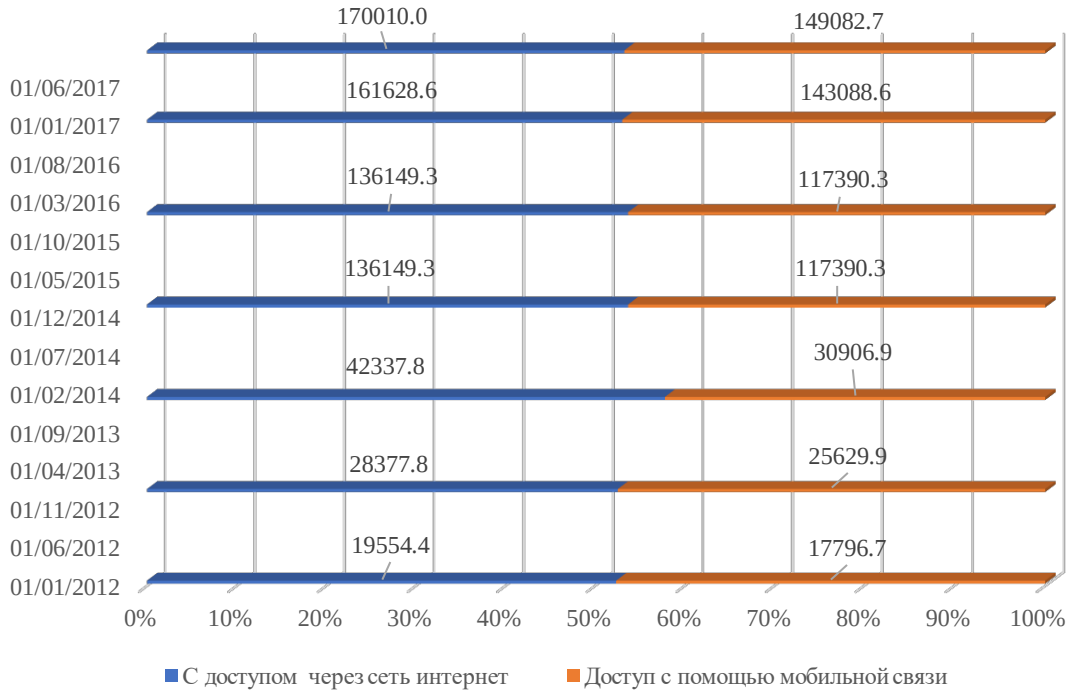
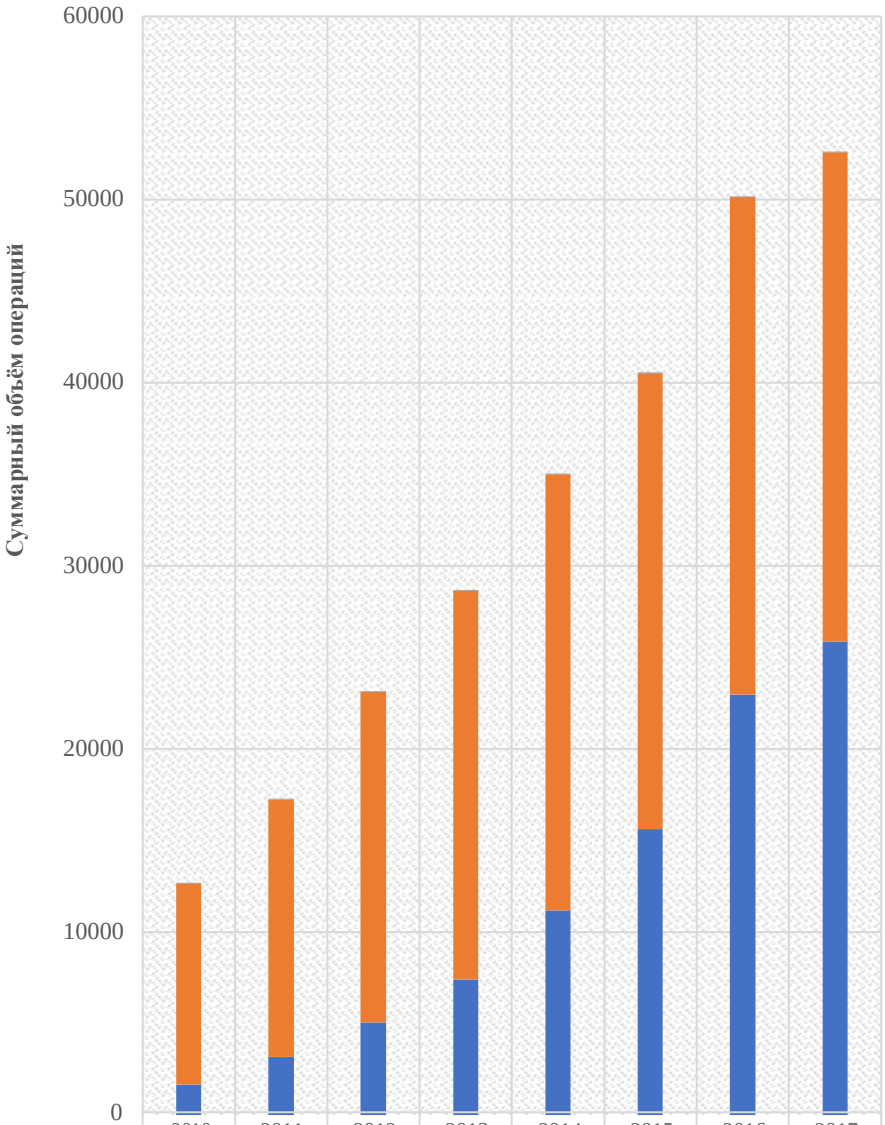



Рисунок 16 – Динамика количества счетов физических лиц с дистанционным доступом, тысяч единиц

На основании данных Центрального Банка о динамике объёмов операций, совершенных на территории России с использованием карт, эмитированных российскими кредитными организациями можно сделать вывод как об увеличении суммарного объёма операций по кредитным и дебетовым картам, так и об увеличении доли безналичных операций в общем объёме, о чем свидетельствуют данные на рисунке 17. Так, общий объём операций по банковским картам возрастает с 12 633,5 миллиардов рублей за 2010 год до 52 566,5 миллиардов рублей за 2017 год. Среди всех операций по банковским картам доля безналичных расчетов растет: с 13,26% за 2010 год до 49,20% за 2017 год [28].

На основании этих данных можно сделать вывод о достоверности информации относительно роста рынка интернет-торговли, представленной АКИТ, что подтверждает актуальность изучения вопроса предоставления банковских услуг посредством каналов дистанционного банковского обслуживания по причине широкого распространения такого канала сбыта товаров и услуг, как интернет торговля. Развитие данной сферы на сегодняшний день, безусловно, является

одним из наиболее перспективных направлений.




| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Доля безналичных операций в общем объёме операций | 13.26% | 18.47% | 21.87% | 25.79% | 31.92% | 38.50% | 45.81% | 49.20% |
| Операции по снятию наличных денег | 10958.8 | 14029.8 | 18033.8 | 21241 | 23826.1 | 24916.8 | 27166.4 | 26703 |
| Безналичные операции | 1674.7 | 3177.6 | 5048.2 | 7380.8 | 11173.4 | 15596.9 | 22961.5 | 25863.5 |

Рисунок 17 – Динамика объёмов транзакций по картам, миллиардов рублей

Как известно, дистанционное банковское обслуживание характеризуется отсутствием прямого контакта между банковским персоналом и его клиентами. Одним из каналов получения удаленных распоряжений от клиентов являются банкоматы. Таким образом, с целью изучения текущего уровня дистанционного банковского обслуживания предлагается рассмотреть статистику Банка России об устройствах, расположенных на территории Российской Федерации и предназначенных для осуществления операций с использованием и без

использования платежных карт.

Таблица 5 – Сведения об устройствах, расположенных на территории России и предназначенных для осуществления операций с использованием и без использования платежных карт

| Отчетная дата | Количество банкоматов, единиц | | | Количество терминалов, единиц | Количество импринтеров, единиц |
|---|---|---|---|---|---|
| | Всего | С функцией выдачи наличных | С функцией выдачи и приема наличных | | |
| На 01.01.2017 | 253 083 | 126 711 | 130 372 | 1 969 068 | 17 443 |
| На 01.01.2016 | 260 635 | 130 935 | 129 700 | 1 661 594 | 9 263 |
| На 01.01.2015 | 277 565 | 139 042 | 138 523 | 1 468 783 | 9 564 |
| На 01.01.2014 | 281 732 | 139 951 | 141 781 | 1 125 320 | 14 729 |
| На 01.01.2013 | 261 409 | 131 640 | 129 769 | 848 555 | 26 911 |
| На 01.01.2012 | 214 550 | 112 115 | 102 435 | 662 364 | 32 914 |
| На 01.01.2011 | 177 641 | 97 087 | 80 554 | 538 013 | 33 651 |
| На 01.01.2010 | 107 748 | 84 498 | 23 250 | 447 235 | 57 386 |
| На 01.01.2009 | 89 345 | 70 985 | 18 360 | 409 303 | 51 156 |
| На 01.01.2008 | 67 507 | 54 804 | 12 703 | 293 759 | 40 327 |

По данным Банка России, отраженных в таблице 5 и рисунке 18 можно сделать вывод о том, что в период с 01.01.2008 по 01.01.2017 года растет количество платежных терминалов, с 294 до 1 969 тысяч единиц. На фоне этого наблюдается стабильная тенденция по снижению количества импринтеров: с 40 тысяч на 01.01.2008 года до 17 тысяч на 01.01.2017. Ситуация с количеством банкоматов не столь однозначная. Изначально их количество возрастает с 67,5 тысяч на 01.01.2008 года до 282 тысяч на 01.01.2014, однако, затем снижается до 253 тысяч на 01.01.2017.

Полученные данные возможно интерпретировать как следствие роста популярности дистанционного банковского обслуживания: сокращение количества банкоматов обусловлено популяризацией мобильных банковских приложений и браузерных версий личных кабинетов. Действительно, по данным аналитиков финансовой компании «БКС Премьер» за период с 2013 по 2014 год отечественный рынок интернет-банкинга вырос в два раза: с 590 миллиардов рублей в 2013 году до 1,14 триллионов рублей в 2014 году. По данным аналитического агентства Markswebb Rank&Report количество россиян,

использующих интернет-банкинг для управления своими счетами возросло на 51%. Несмотря на то, что история российского мобильного банкинга значительно отстает от мировой, в наши дни темпы развития этой сферы ускоряются с каждым годом. Очевидно, что в будущем рост пользователей, предпочитающих использовать дистанционные каналы получения банковских продуктов и управления ими продолжится.

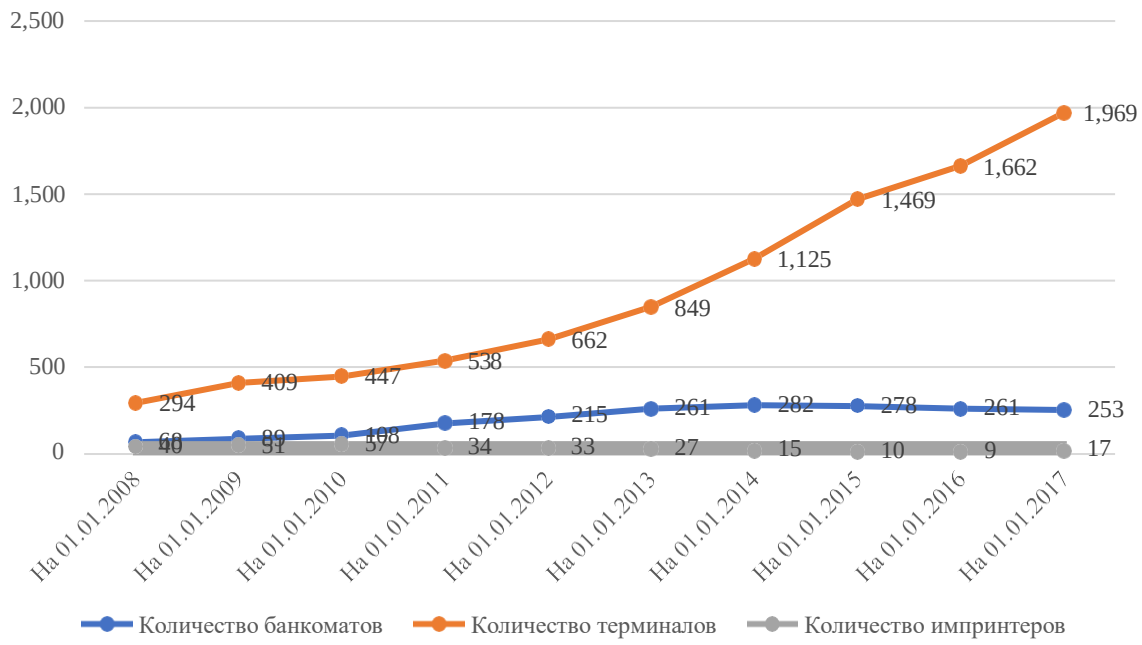



Рисунок 18 – Динамика количества устройств, предназначенных для осуществления операций с использованием и без использования платежных карт, тысяч единиц

В рамках ежегодного исследования «Mobile Banking Rank 2017», проводимого агентством Markswebb, которое специализируется на исследованиях, аудите и консалтинге в области развития эффективных интернет-продуктов были определены рейтинги эффективности мобильных банковских приложений для различных операционных систем, ключевые изменения (за период с августа 2016 по август 2017 года), и современные тренды в мобильном банкинге для частных клиентов. В данном исследовании оценивались более 100 мобильных приложений 37 банков и финансовых компаний. Проведенные исследования позволяют рассмотреть лидеров рынка дистанционного банковского обслуживания и

определить ключевые направления развития данной сферы с целью формулирования рекомендаций по совершенствованию дистанционного банковского обслуживания как фактора устойчивого развития.

Согласно результатам данного исследования, за 2017 год первое место среди банковских мобильных приложений для платформы «Android» занимает приложение «Тинькофф банк», на втором месте находится «Бинбанк», на третьем «Альфа-Банк», на четвертом и пятом соответственно «Почта Банк» и «Сбербанк».

Мобильное приложение «Хоум Кредит Банк» находится на 31 месте из 34. На рисунке 19 отражено соотношение функционала и удобства использования мобильных приложений. Как видно из рисунка лидерами мобильных приложений за 2017 год являются «Тинькофф Банк», «Бинбанк» и «Альфа-Банк». По версии аналитического агентства Markswebb мобильное приложение «Хоум энд финанс кредит банк» находится в нижнем левом углу данной точечной диаграммы – что соответствует наиболее малому количеству баллов, набранных в исследовании. Представленная в исследовании ситуация является одной из причин актуальности вопроса совершенствования дистанционного банковского для ООО «Хоум кредит энд финанс банк».

Рисунок 19 – Соотношение удобства использования и функциональных

возможностей приложений для мобильного банка по версии Markswebb

В таблице 6 представлены современные тренды мобильного банкинга, определенные в результате исследования «Mobile Banking Rank 2017». Данные тренды ранжируются по двум параметрам:

–в зависимости от частоты их использования в приложении российских банков (от экспериментальных нововведений до обязательного минимума);

–в зависимости от функциональных особенностей технологий мобильного банкинга.

Утверждается, что российские мобильные банки существенно улучшились по сравнению с результатами исследований прошлого года – «Mobile Banking Rank 2016». Так, оценки количество баллов, набираемых в результате исследования возросло в среднем на 15% как у лидеров мобильного банкинга, так и по всему рынку в целом, следовательно, мобильные приложения развиваются, благодаря чему происходит расширение функциональных возможностей и удобства использования.

За прошедший год в обязательный минимум банковских приложений добавились функции входа в приложение по отпечатку пальца, возможность регистрации нового клиента, проведение card-2-card переводов, открытие счетов и срочных вкладов, управление лимитами по карте, подключение SMS-информирования, а также интерактивный гид по мобильному банку.

Среди наиболее развивающихся функций в мобильном банкинге необходимо отметить использование камеры смартфона для распознавания реквизитов банковских карт и штрих-кодов в квитанциях, подключение к системам оплаты покупок с помощью смартфона, создание подписок на счета ЖКУ, штрафы и задолженности по налогам, заказ и получение справок и документов от банка в электронном виде [33].

В соответствии с ранжированием функциональных возможностей в данном исследовании, в мобильных приложениях некоторых кредитных организаций

присутствуют такие экспериментальные функции, как считывание банковских карт NFCсистемами,

Таблица 6 – Технологии мобильного банкинга по версии Markswebb

| Область применения | Степень частоты применения в российских банках | | | |
|---|---|---|---|---|
| | Обязательный минимум | Преимущество | Распространен | Редко |
| Мобильные технологии | Определение ближайших банкоматов и офисов банка; Вход по отпечатку пальца. | Распознавание номера карты с помощью камеры; Подключениек Apple/Samsung/Android pay; Построение маршрута до точки обслуживания. | Распознавание штрих-кодов на квитанциях; Денежные переводы по QR-коду; Возможность вывода в виджет баланса карты; | Снятие наличных с помощью одноразового кода; Считывание карты системами NFC; |
| Перенос клиентских сценариев | Card-2-Card переводы; Открытие счетов и вкладов; Настройка лимитов и блокировка карты; Подключение/отключение SMS-информирования | Подписки на налоги и штрафы; Получение банковской выписки; Управление бонусами и «cashback»; Автоплатежи по расписанию. | Подписки на счета ЖКУ; Справки в электронном виде; Смена пин-кода; IP-звонок из приложения. | Напоминания о платежах; Совместное управление счетом. |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Интерфейсные изменения | Управление списком банковских продуктов; Гид по интерфейсу; | Персональное приветствие; Единая лента событий и движения денежных средств; Изображения карт; Быстрое переключение между продуктами. | Анимация; Персонализация интерфейса; Упрощение перевода денежных средств на собственные счета в другом банке; Заполнение форм по одному полю. | Поиск реквизитов по ИНН; Рекламные предложения в ленте транзакций; |

Таким образом, можно определить следующие основные направления мобильного банкинга:

–возможность совершения бесконтактных платежей;

–увеличение популярности автоплатежей;

–замена интерфейсов, усложненных необходимостью заполнения множества полей для совершения транзакций на сканирование данных по QR-коду или штрих-коду;

–переход обращений клиентов в банк от телефонных звонков к онлайн чатам непосредственно в банковском приложении;

–разработка приложений, совместимых с современными гаджетами (умными часами, смартфонами) с целью реализации технологии бесконтактной оплаты;

–мобильный банкинг является полноценным инструментом для управления собственными банковскими продуктами и финансами.

Далее проанализируем реализацию дистанционного банковского обслуживания в ООО «Хоум энд финанс кредит банк» с целью выявление текущего уровня оказания данной услуги и поиска возможных направлений совершенствования.

На сегодняшний день ООО «ХКФ Банк» предлагает своим клиентам бесплатные сервисы дистанционного банковского обслуживания: банкоматы, терминалы, интернет банк и мобильный банкинг. Предлагаемый клиентам интернет-банкинг обладает следующими возможностями:

–просмотр операций по счетам (остаток денежных средств, неиспользованные лимиты кредитования);

–получение сведений о наличии задолженности перед банком (размер и состав задолженности, график погашения задолженности по кредиту);

–получение сообщений от банка;

–просмотр персональных предложений продуктов и услуг банка;

–оплата мобильной связи, интернета, телевидения без комиссии;

–оплата электроэнергии и коммунальных услуг без комиссии;

–межбанковские переводы для дебетовых карт с фиксированной комиссией;

–оплата штрафов ГИБДД, уплата госпошлин, налогов без комиссии;

–переводы между своими счетами;

–Cart-2-Cart переводы на карты Visa и MasterCard (комиссия составляет 1% от суммы перевода, но не менее 100 рублей);

–контроль расходов (возможность информирования о последний списаниях и пополнениях по счету в течении 365 дней);

–открытие вкладов, заявка на кредит и кредитную карту;

–блокировка карты при потере;

–подключение/отключение услуги «СМС-уведомление»;

–пополнение дебетовых карт с карт других банков (комиссия составляет 0.8% от суммы пополнения);

–создание шаблонов платежей;

–отслеживание грейс-периода для кредитных карт;

–возможность подключение автоплатежей на мобильную связь для кредитных и дебетовых карт.

Таким образом можно сделать вывод о том, что браузерная версия личного кабинета обладает обширным функционалом, диктуемым современной конкуренцией в среде дистанционного банковского обслуживания.

Мобильное приложение ООО «Хоум финанс энд кредит банк» доступно для смартфонов под управлением «IOS», «ANDROID» и «WindowsPhone».

В функционал мобильного приложения входит следующее:

–получение информации по банковским продуктам;

–отслеживание движения денежных средств на счетах;

–поиск ближайших банкоматов и отделений;

–связь с банком (посредством онлайн-чата или горячей линии);

–оплата кредитов;

–оплата штрафов ГИБДД, госпошлин, налогов без комиссии;

–оплата коммунальных услуг без комиссии;

–оплата услуг мобильной связи и интернет-провайдеров без комиссии;

–перевод денежных средств между своими счетами, а также на счета в другие банки;

–аналитика и наглядная демонстрация расходов за период;

–возможность входа в приложение по отпечатку пальца;

–сортировка произведенных операций по тегам;

–построение маршрута к ближайшим банкоматам и отделениям;

–считывание номера банковской карты с помощью камеры смартфона.

–настройка автоплатежей.

Представленный функционал на сегодняшний день является конкурентноспособным и обладает не только всеми функциями из раздела «обязательный минимум», представленными в исследовании «MobileBankingRank 2017», но и некоторыми более редкими. Так, из раздела «Преимущество» в ООО «ХКФ-Банк» реализована технология распознавания номера карты с помощью камеры смартфона, построение маршрута до точки обслуживания, настройка автоплатежей.

Предоставление услуг по дистанционному обслуживанию клиентов ООО «ХКФ-Банк» осуществляется в том числе посредством сети банкоматов. На сегодняшний день география банка «Хоум Кредит» охватывает многие регионы Российской Федерации и насчитывает более 1200 банкоматов, предоставляющих услуги по внесению и выдаче денежных средств,

информировании о состоянии счетов, осуществлению платежей и переводов, а также подключении и отключении банковских услуг. На сегодняшний день в г. Челябинск филиальная сеть банка представлена 8 отделениями и 9 банкоматами. С целью определения доступности банковских услуг ООО «ХКФ-Банк» рассчитаем соответствующие индикаторы по методике, разработанной Банком России в рамках мероприятий за 2015 год, направленных на повышение финансовой доступности.

Таблица 7 – Индикаторы доступности финансовых услуг ООО «ХКФ-Банк» на территории города Челябинск на 01.01.2018

| Индикатор | Размерность | Значение |
|---|---|---|
| Количество отделений и филиалов | Ед. | 8 |
| В расчете на 100 КМ² | Ед./100 КМ² | 1,59 |
| В расчете на 100 тысяч взрослого населения | Ед./100 тысяч человек | 0,69 |
| Общее банкоматов | Ед. | 9 |
| В расчете на 100 КМ² | Ед./100 КМ² | 1,78 |
| В расчете на 100 тысяч взрослого населения | Ед./100 тысяч человек | 0,78 |

Индикаторы, приведенные в таблице 7 можно охарактеризовать как недостаточные с точки зрения доступности банковских услуг ООО «ХКФ-Банк» на территории г. Челябинск если не учитывать такой канал реализации банковских продуктов, как дистанционное обслуживание. Данная ситуация обостряет необходимость поддержки системы ДБО кредитной организации в конкурентноспособном состоянии и своевременную её модернизацию для соответствия растущим запросам клиентов. С целью определения наиболее популярных способов совершения платежей и расчетов клиентами банка в феврале 2018 года был проведен опрос. Респондентам предлагалось ответить на следующий вопрос: «Какими каналами предоставления услуг вы пользовались за последние 12 месяцев?» Общее количество респондентов составило 150 человек.

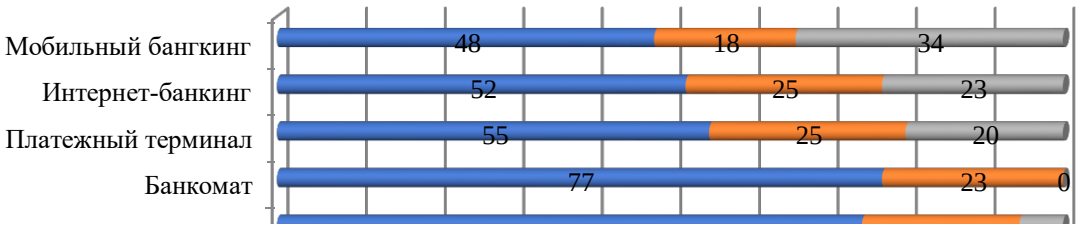


Рисунок 20 – Пользование каналами предоставления банковских услуг клиентами ООО «ХКФ-Банк» за последние 12 месяцев

По результатам опроса видно, что наименьшую востребованность имеют именно инновационные каналы финансового обслуживания, проведение платежей наличными денежными средствами востребовано у 85% респондентов. На вопрос о мобильном и интернет банкинге 34% и 23% респондентов соответственно ответили, что не знакомы с данными технологиями. Более половины (77%) используют банкоматы для совершения операций и 91% совершает обращения в банк. Из полученных данных очевидно, что инновационные каналы значительно менее востребованы, чем традиционные, представленные агентами и отделениями банков и переходные, представленные банкоматами и платежными терминалами.

## 2.3 Концепция устойчивого развития и её связь развитием системы дистанционного банковского обслуживания

Как было выяснено ранее, устойчивым развитием является такое, при котором социальный, экологический и экономические аспекты деятельности организации развиваются стабильно и согласовано, что в совокупности представляет собой триединый подход к концепции устойчивого развития. Для оценки соответствия дистанционного банковского обслуживания концепции, рассмотрим влияние такого вида обслуживания клиентов на каждую составляющую.

Согласно данным многопрофильного аналитического центра «Нафи» на 08.09.2017 года доверие россиян к кредитным организациям снижается на 7%

по сравнению с прошлогодним исследованием. Сегодня лишь 60% опрошенных респондентов доверительно относятся к кредитным организациям, что отражено в таблице 8, из которых только 14% полностью доверяют, остальные 46% выбрали вариант ответа «скорее доверяю, чем не доверяю» [46].

Таблица 8 – Уровень доверия россиян к финансовым организациям

| Финансовые организации | Период проведения опроса | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| Уровень доверия к банкам, в процентах | 64 | 78 | 74 | 56 | 67 | 60 |
| Уровень доверия к страховым компаниям, в процентах | 35 | 41 | 38 | 35 | 40 | 35 |

Окончание таблицы 8

| Финансовые организации | Период проведения опроса | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| Уровень доверия к инвестиционным компаниям, в процентах | 17 | 19 | 19 | 16 | 18 | 17 |
| Уровень доверия к микрофинансовым организациям, в процентах | 14 | 13 | 11 | 8 | 8 | 5 |
| Уровень доверия к негосударственным пенсионным фондам | 19 | 19 | 19 | 19 | 24 | 15 |

Причиной сложившейся ситуации является отмеченная ранее тенденция к сокращению количества кредитных организаций на территории Российской Федерации, а также продолжающая оставаться на относительно низком уровне финансовая грамотность населения. Так, социологическое исследование Министерства Финансов Российской Федерации в рамках программы содействия повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации, опубликованное 19 июля 2017 года, определило уровень финансовой грамотности среди 3000 респондентов в возрасте от 14 до 79 лет. Результаты исследования представлены в таблице 9.

Таблица 9 – Результаты исследования уровня финансовой грамотности в Российской Федерации

| Финансовый вопрос | Доля респондентов, понимающих текущий финансовый вопрос | |
|---|---|---|
| | По результатам исследования за 2015 год, в процентах | По результатам исследования на 2017 год, в процентах |
| 1.Понимание основ пенсионного обеспечения | 18,1 | 24,8 |
| 2. Понимание соотношение риск-вознаграждение при выбор финансовых продуктов | 65,9 | 63,5 |
| 3. Понимание важности наличия «финансового буфера» на случай кризисных ситуаций | 29,5 | 32,1 |

Окончание таблицы 9

| Финансовый вопрос | Доля респондентов, понимающих текущий финансовый вопрос | |
|---|---|---|
| | По результатам исследования за 2015 год, в процентах | По результатам исследования на 2017 год, в процентах |
| 4. Уверенность потребителей финансовых услуг в справедливом разрешении споров с финансовыми организациями | 20,7 | 19,6 |
| 5. Понимание потребителей финансовых услуг необходимости сравнения предложений финансовых продуктов между собой | 61,6 | 63 |
| 6. Знание базовых основ финансовой арифметики | 32,8 | 14,1 |
| 7.Понимание населением личной ответственности за понесенные потери на финансовых рынках | 37,2 | 43,8 |
| 8. Понимание населением важности формирования добровольных накоплений для обеспечения старости | 40,1 | 31,7 |
| 9. Понимание населением неприемлемости отказа от погашения кредита | 53,3 | 31,4 |

| | | |
|---|---|---|
| 10. Наличие практики предпринимать действия административного или юридического характера при обнаружении обмана со стороны организации, предоставляющей финансовые услуги | 37,1 | 42,3 |

На основании данных, предоставленных Министерством Финансов можно сделать вывод о том, что на сегодняшний день население государства нельзя назвать финансово грамотным. Причины сложившейся ситуации могут быть разными: отсутствие понимания необходимости изучения этого вопроса поколениями, выросшими во времена СССР, отсутствие общего представления о механизме функционировании финансовых институтов, недостаточное количество материалов, посвященных повышению уровня финансовой грамотности, консервативный менталитет. Но поиск путей разрешения сложившейся ситуации важней, чем определение её причин.

Конкуренция в области дистанционного банковского обслуживания привела к созданию таких технологий мобильного и интернет банкинга, которые позволяют отслеживать расходы по кредитной или дебетовой карте за прошедшие периоды, анализировать состав расходов, ранжированный по категориям (например, затраты на автомобиль, развлечения, продукты питания и прочее). Другими словами, это система, автоматически агрегирующая и упорядочивающая расходы пользователя для представления их в наглядном виде для удобства самостоятельного анализа покупательского поведения. Использование подобных технологий, безусловно оказывает положительное влияние на навыки управления собственными денежными средствами клиентами банков, имеющих кредитные или дебетовые карты и отслеживающих собственные расходы с помощью мобильного или браузерного банкинга. К тому же, систематическое использование мобильных приложений клиентами банка позволяет быть всегда в курсе текущих предложений финансовых продуктов, сравнивать их между собой и делать соответствующие выводы.

Актуальность корпоративной социальной ответственности в области финансовой грамотности отражается в деятельности одного из лидеров отечественного дистанционного банкинга – АО «Тинькофф Банк». На сегодняшний день этот банк не имеет ни одного отделения и осуществляет свою деятельность по привлечению и размещению денежных средств исключительно на основании удаленных распоряжений собственных клиентов. Данной кредитной организацией, на собственные средства было создано интернет-издание «Тинькофф-Журнал», посвященное финансовым вопросам. В данном издании периодически публикуются статьи об управлении собственными денежными средствами, механизмах работы финансовых институтов и разрешении конфликтных ситуаций с различными организациями, в том числе и кредитными.

Удобство использования, экономия как времени, так и денежных средств, возможность быть в курсе предложений финансовых продуктов, получение наглядной информации бюджета отдельного человека или домохозяйства, повышение уровня финансовой грамотности – все эти аспекты, входящие в дистанционное банковское обслуживание, безусловно, соответствуют социальному фактору триединого подхода к концепции устойчивого развития, следовательно, вопрос развития ДБО в социальном отношении актуален.

Экологический результат преимущественного использования систем дистанционного банковского обслуживания выражается в сокращении доли бумажного документооборота, объём которого ограничивается заключением договоров на открытие счетов и обслуживания пластиковых карт. Банковские выписки, квитанции о совершении переводов или платежей и прочая документация при таком обслуживании, предоставляется клиентам в электронном виде. Трудно преувеличить роль сокращения бумажного документооборота для экологизации деятельности любой корпорации, тем более таких масштабных, как наиболее крупные отечественные банки, география которых охватывает практически всё государство.

Так по данным компании «Siemens Business Services», являющейся дочерней

по отношению к «Siemens (Proprietary) Limited» и занимающейся развитием IT-решений для бизнеса, 90% всех бумажных документов большую часть времени находятся в пути от создателя до получателя. При электронном документообороте такие действия происходят мгновенно. Каждый внутренний документ, представленный бумажным носителем, в среднем, копируется около 20 раз, что увеличивает издержки компании на канцелярские принадлежности и абсолютно расходится с понятием экологизации деятельности корпорации. Также отмечается, что 60% копий бумажных документов теряют свою актуальность в день собственного создания.

Другим аспектом реализации дистанционного банковского обслуживания является отсутствие необходимости личного присутствия клиента в отделении банка для совершения операций. Следовательно, у клиента не возникает необходимости добираться до операционных офисов на автомобиле, следствием чего является сокращение выбросов выхлопных газов в атмосферу, что в современных экологических условиях является актуальным по причине увеличения загрязнения окружающей среды автомобильным транспортом. Так, на прошедшем 6 декабря 2017 года открытии «Транспортной недели» – ежегодного делового события, проводимого в соответствии с распоряжением Правительства Российской Федерации и включающего в себя серию общероссийских и международных мероприятий по проблематике автотранспорта, был озвучен доклад главы Министерства Природных ресурсов Российской Федерации Сергея Донского, в котором были отмечены следующие факты:

–в последние два десятилетия происходит существенный рост парка автомобилей, ежегодно в среднем на 5%. По прогнозам экспертов, уровень автомобилизации в 2025 году достигнет 450 автотранспортных средств на 1 тысячу человек;

–объем перевозки пассажиров трамваями в городах России в 2016 году снизился на 6,5% относительно 2015 года, на 33% – относительно 2010 года, почти в 3 раза от уровня 2005 года и в 5 раз – от уровня 2000 года. Аналогичная

ситуация с троллейбусами: уменьшение на 7,2%; 32,8%; в 3 раза и в 5 раз соответственно;

–объём выбросов от автотранспорта составляет около 14 миллионов тонн ежегодно;

–за последние 15 лет автодорожная сеть страны увеличилась почти в 2 раза.

Динамика выбросов загрязняющих веществ в атмосферу автомобильным транспортом, отраженная на рисунке 21 демонстрирует тенденцию к увеличению количества выбросов, что в современных условиях обостряет вопрос оптимизации использования автомобильного транспорта населением, в том числе и клиентами кредитных организаций. Эффект снижения загрязнения окружающей среды посредством сокращения использования автомобилей имеет место, при условии того, что кредитные организации имеют миллионы клиентов.

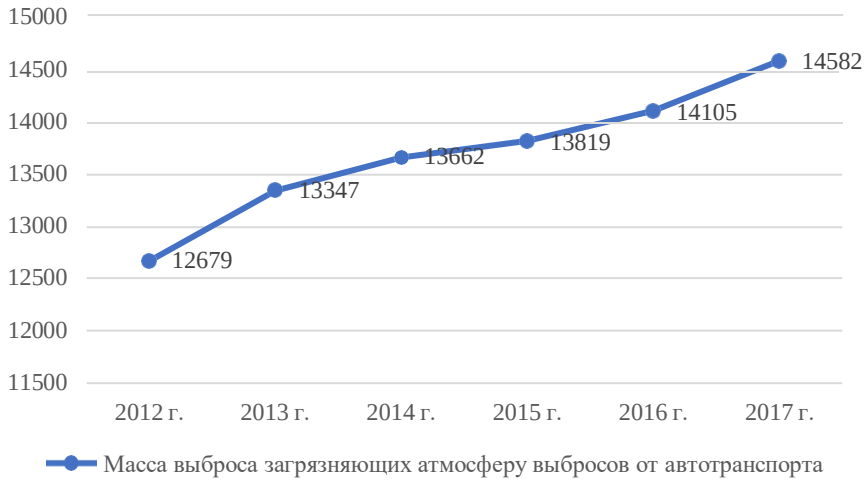



Рисунок 21 – Динамика выбросов загрязняющий атмосферу веществ автомобильным транспортом, тысяч тонн

Сокращение использования бумажного документооборота оказывает косвенное влияние на экономический аспект триединого подхода к концепции устойчивого развития, но основное влияние касается именно экологического фактора. Отсутствие необходимости клиентами кредитной организации личного посещения отделений банка способствует сокращению выбросов в атмосферу автомобильных выхлопов, что оптимизирует вопрос экологизации деятельности корпорации, столь остро стоящий в современных условиях. Таким образом

развитие системы дистанционного банковского обслуживания в кредитной организации полностью соответствует экологическому аспекту концепции устойчивого развития корпорации.

Для оценки экономической целесообразности от дистанционного банковского обслуживания можно предложить метод сравнения затрат на обслуживание одного клиента с помощью каналов дистанционного обслуживания и обслуживания в отделении банка.

Далее рассчитаем совокупные затраты на обслуживание 20 000 клиентов в отделении и сравним с затратами при обслуживании с использованием дистанционных каналов связи, расчет текущих затрат отражен в таблице 10 и на рисунке 22. Расчеты будем производить исходя из данных о том, что необходимо провести обслуживание 20 000 клиентов банка. Необходимо упомянуть, что банк также обслуживает значительно большее число клиентов, и добавление данных 20 000 клиентов ни каким образом не отражается на бизнес-процессах банка.

Таблица 10 –Текущие затраты при классическом обслуживании и внедрении системы ДБО, в тысячах рублей

| Вид затрат | Обслуживание через ДБО | «Классическое» обслуживание через отделение банка |
|---|---|---|
| Оплата поддержки системы ДБО | 45 | 0 |
| Зарплата сотрудников | 80 | 120 |
| Оплата каналов связи | 30 | 30 |
| Косвенные затраты | 15 | 70 |
| Итого текущие затраты банка | 170 | 220 |

Расчет текущих затрат показал, что ежемесячные издержки при классическом обслуживании одинакового количества клиентов (20 тысяч) выше на 50 000 рублей, чем при их дистанционном обслуживании.

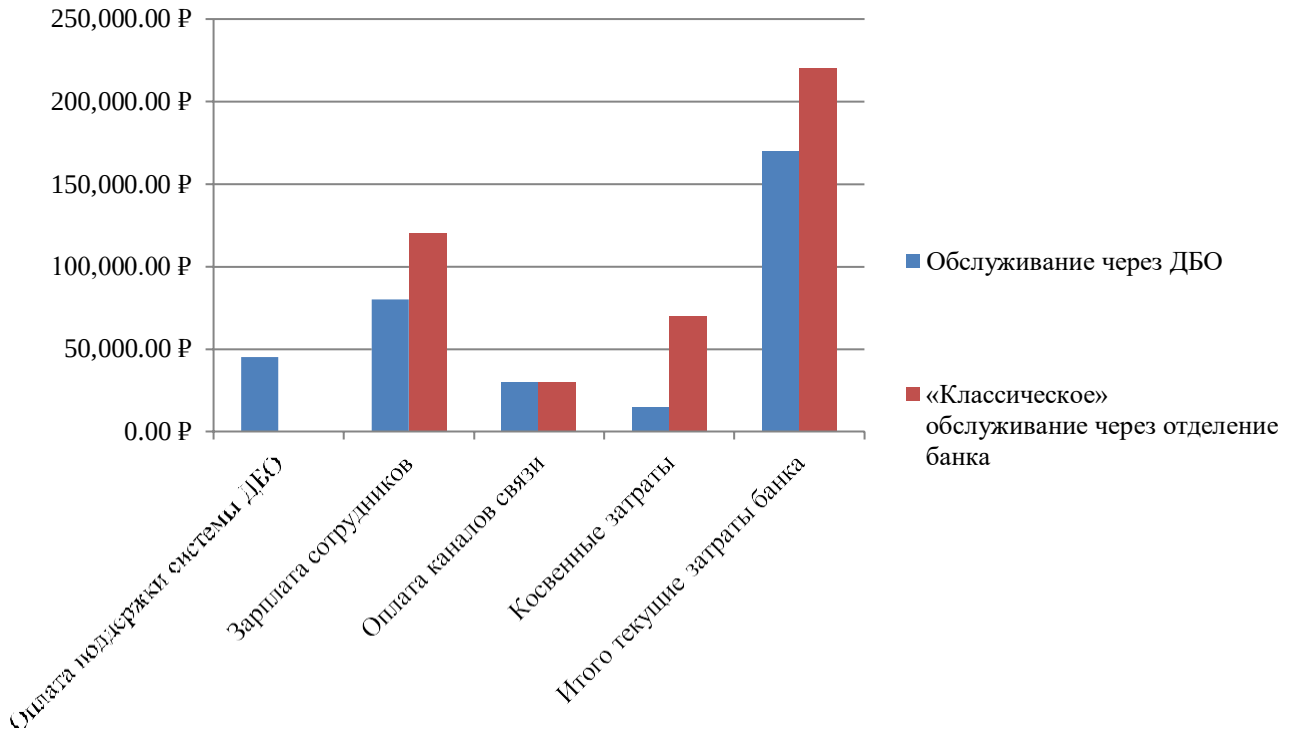



Рисунок 22 – Сравнение текущих затрат при дистанционном и классическом обслуживании 20 тысяч клиентов

В таблице 11 отражено, что первоначальные инвестиции на открытие отделения превышают инвестиции на покупку системы дистанционного обслуживания на 6475 тысяч рублей.

Таблица 11 – Первоначальные инвестиций при классическом и дистанционном обслуживании 20 тысяч клиентов обслуживании

| Вид затрат | Обслуживание через ДБО | «Классическое» обслуживание через отделение банка |
|---|---|---|
| Стоимость системы ДБО | 2200 | 0 |
| Вспомогательное программное обеспечение | 100 | 0 |
| Стоимость оборудования | 200 | 0 |
| Стоимость сетевой инфраструктуры | 400 | 0 |
| Стоимость интеграции работ с ИС банка | 275 | 0 |
| Обучение персонала банка | 50 | 0 |
| Затраты на покупку помещения | 0 | 9000 |
| Затраты на покупку техники для банковского обслуживания | 0 | 700 |
| Итого первоначальные инвестиции | 3225 | 9700 |

Просуммировав текущие затраты и первоначальные инвестиции, мы получаем совокупную стоимость обслуживания 20 000 клиентов, что отражено на рисунке 23. Таким образом, мы видим, что затраты на обслуживание 20 000

клиентов в отделении банка превышают затраты на обслуживание того же количества клиентов с помощью системы ДБО на 9475 тысяч рублей. Учитывая факт того, что в реальности банк будет обслуживать значительно больше клиентов, чем в теоретическом примере потенциальная экономия денежных средств будет тоже возрастать по причине того, что каждый клиент, обслуженный дистанционным образом позволяет сократить издержки на собственное обслуживание.

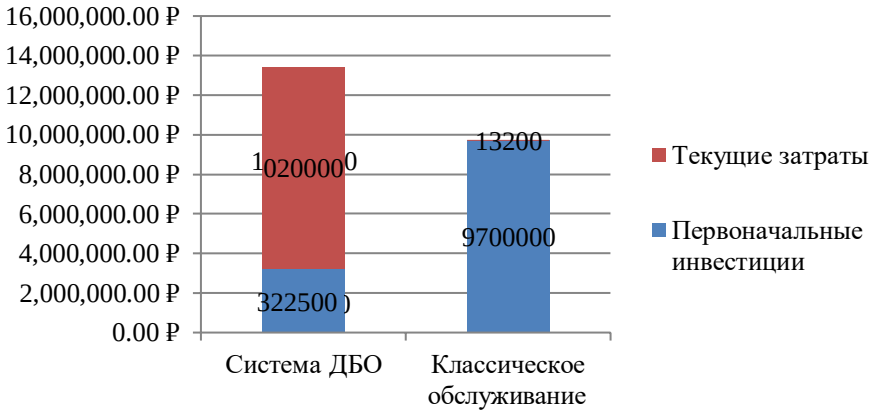



Рисунок 23 – Сравнение совокупных затрат на внедрение системы ДБО и на «Классическое обслуживание»

Таким образом, дистанционное банковское обслуживание представляет собой способ более рационального использования экономических ресурсов, что соответствует основным принципам концепции устойчивого развития корпорации. Работа с клиентами кредитной организации на основе удаленных распоряжений и электронного документооборота, как и отсутствие необходимости их личного присутствия для проведения банковских операций являются более ресурсосберегающими технологиями ведения банковской деятельности по сравнению с классическим обслуживанием. Увеличение степени прозрачности банковских операций, контроль за собственным бюджетом, своевременное осведомление об актуальных банковских предложениях представляет собой социальные результаты развития систем дистанционного банковского обслуживания, которые позволяют сгладить процедуру перехода

современного населения Российской Федерации к обществу, обладающему высоким уровнем финансовой грамотности, что так необходимо в наши дни. По этой причине вопрос популяризации мобильного и интернет банкинга актуален, поскольку согласно австрийскому экономисту, социологу и доктору философии Йозефу Шумпетеру: «Социальная среда всегда оказывает противодействие всему новому».

Переход к дистанционной форме обслуживания клиентов позволяет в значительной степени сократить издержки кредитной организации на совершение банковских операций, что оптимизирует имеющиеся финансовые ресурсы организации и позволяет использовать их на более важные, с точки зрения устойчивого развития цели: укрепление финансового результата, разработка мероприятия по экологизации текущей деятельности корпорации или совершенствование корпоративной социальной ответственности, что положительно скажется как на обществе, так и на имидже организации в целом. Таким образом, как отражено на рисунке 24, развитие дистанционного банковского обслуживания полностью соответствует концепции устойчивого развития корпорации, следовательно, является актуальной темой для совершенствования в современной России.

Рисунок 24 – Соответствие дистанционного банковского обслуживания концепции устойчивого развития

Развитие систем дистанционного банковского обслуживания является одним из многих возможных способов приведения современного общества и современных корпораций к устойчивому развитию. Только согласованное развитие социального, экологического и экономического аспектов совершенствования деятельности современных корпораций способно сохранить природные богатства для будущих поколений при условии удовлетворения всех необходимых потребностей современных поколений. В противном случае в современные социально-экономических система неизбежно будут происходить кризисные явления.

# 3 СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ДИСТАНЦИОННОГО БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В ООО «ХОУМ ЭНД ФИНАНС КРЕДИТ БАНК» КАК ФАКТОРА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

## 3.1 Текущие проблемы в области ДБО ООО «ХКФ БАНК»

В современных экономических условиях трудно переоценить важность вопроса оценки финансового состояния кредитной организации, а в частности –

оценки уровня её финансовой устойчивости. Рост банковских рисков углубляет проблемы сохранения финансовой стабильности, превращая её в один из наиболее актуальных теоретических и практических аспектов оценки финансового состояния банка. С целью поиска проблемных участков и формулирования рекомендаций по совершенствованию дистанционного банковского обслуживания для ООО «ХКФ БАНК» проведем анализ финансовой устойчивости кредитной организации по методике В.С. Кромонова за 4 последние отчетные даты, результат отражен в таблице 12. Источником информации для проведения данного исследования будет служить опубликованная на официальном сайте финансовая отчетность ООО «ХКФ БАНК».

Таблица 12 – Динамика коэффициентов финансовой устойчивости по методике В.С. Кромонова для ООО «ХКФ БАНК»

| Показатель | На 01.01.2015 | На 01.01.2016 | На 01.01.2017 | На 01.01.2018 |
|---|---|---|---|---|
| Генеральный коэффициент надежности ($К_1$) | 0,22 | 0,24 | 0,27 | 0,21 |
| Коэффициент мгновенной ликвидности ($К_2$) | 2,02 | 1,63 | 1,12 | 0,85 |
| Кросс-коэффициент ($К_3$) | 0,85 | 0,89 | 0,85 | 0,85 |
| Генеральный коэффициент ликвидности ($К_4$) | 0,14 | 0,12 | 0,11 | 0,08 |

Окончание таблицы 12

| Показатель | На 01.01.2015 | На 01.01.2016 | На 01.01.2017 | На 01.01.2018 |
|---|---|---|---|---|
| Коэффициент защищенности капитала ($К_5$) | 0,13 | 0,10 | 0,09 | 0,09 |
| Коэффициент фондовой капитализации прибыли ($К_6$) | 12,83 | 13,06 | 12,82 | 12,34 |
| Интегральный коэффициент | 77,2 | 70,4 | 60,8 | 51,3 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Интерпретация значения интегрального коэффициента | Хорошее | Хорошее | Среднее | Среднее |

Проведенный анализ финансовой устойчивости по методике В.С. Кромонова позволяет сделать вывод о достаточном уровне финансовой устойчивости ООО «ХКФ БАНК», однако необходимо отметить то, что интегральный коэффициент, агрегирующий в себе значение всех предыдущих коэффициентов имеет отрицательную динамику и снижается на протяжении всего рассматриваемого периода: с 77,2 на 01.01.2015 до 51,3 на 01.01.2018. Причиной такой тенденцией становится снижение показателя мгновенной ликвидности с 2,02 на начало рассматриваемого периода до 0,85 на 01.01.2018 года. Также необходимо отметить тенденцию по снижению значения показателя генеральной ликвидности с 0,14 на 01.01.2015 года до 0,08 на 01.01.2018 года. Таким образом, по результатам проведения исследования уровня финансовой устойчивости ООО «ХКФ БАНК» можно сделать вывод о том, что на протяжении всего рассматриваемого периода наблюдается ослабление финансовой устойчивости данной кредитной организации, хотя уровень данного критерия не доходит до кризисных значений.

На основании полученных данных можно сделать вывод о том, что для повышения уровня финансовой устойчивости ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» необходимо повышать значения показателей ликвидности путем наращения ликвидных активов. Одним из путей достижения такого состояния является совершенствование дистанционного банковского обслуживания, приводящее к росту как объёмов, так и качества имеющихся банковских активов.

Совершенствование дистанционного банковского обслуживания в условиях современной банковской конкуренции невозможно без оказания должного внимания вопросу мобильного банкинга. Развитие информационных технологий привело к популяризации различных мобильных гаджетов среди населения

Российской Федерации. Так, по данным международного исследовательского и консалтингового агентства «InternationalDataCorporation» (IDC) общая стоимость российского рынка смартфонов за 2017 значительно выросла и приблизилась к докризисному значению 2014 года. По сравнению с результатом 2016 года рост, выраженный в долларах США, составил почти 25%. Особое внимание данному эффекту необходимо уделить по причине того, что он зафиксирован на фоне продолжающегося ослабления потребительского доверия и снижения реального дохода россиян с момента падения рубля в конце 2014 года [32].

Также широкое распространение смартфонов среди россиян говорят последние отчеты, предоставленные компаниями «Эльдорадо» и «М-видео» – крупнейшими отечественными ретейлерами в области электроники и бытовой техники. В данных отчетах утверждается что объём рынка смартфонов по итогам первого квартала 2018 года составил 95 миллиардов рублей или 6,3 миллиона устройств, что на 23% и 2% соответственно выше, чем за аналогичный период прошлого года. Сегмент смартфонов на рынке продолжил развиваться, показывая рост по всем основным параметрам. При этом темпы роста продаж в штучном выражении снизились, что является характерной чертой рассматриваемого временного промежутка (1 квартал). На рисунке 25 отражена динамика объёма продаж смартфонов на территории Российской Федерации за 1 квартал последних 5 лет. Представленная динамика позволяет говорить об увеличении и популяризации такого вида гаджетов. Эксперты компаний заявляют, что рынок смартфонов в данный момент переходит от состояния интенсивного роста – к стадии качественного спроса [51].

Рисунок 25 – Объём продаж смартфонов на территории Российской Федерации за 1 квартал года

Таким образом, на основании данных о текущем состоянии рынка смартфонов в Российской Федерации можно сделать вывод о том, что наибольшая часть населения обеспечена современными версиями портативных мобильных устройств. Роль сложившейся ситуации для кредитной организации заключается в том, что основная доля имеющихся и потенциальных клиентов обеспечены необходимым техническим инструментом, на базе которого возможна реализация услуг по дистанционному управлению собственными банковскими продуктами и приобретению новых.

Обеспеченность населения России смартфонами, рост популярности мобильного банкинга и низкие результаты ООО «ХКФ БАНК» в ежегодном исследовании мобильного банкинга «Mobile Banking Rank 2017» создают предпосылки для поиска проблемных участков в мобильном приложении кредитной организации.

С целью поиска факторов, замедляющих развитие дистанционного банковского обслуживания в области мобильного банкинга ООО «ХКФ БАНК» предлагается обратиться к исследованию «Mobile Banking Rank 2017», в данном исследовании присутствует перечень технологий, используемый кредитными организациями в мобильных приложениях, ранжированный по количеству

банков, использующих его. Было выявлено, что в мобильном приложении ООО «ХКФ БАНК» реализованы все технологии из раздела «Обязательный банковский минимум». Также были приведены наиболее перспективные направления развития мобильных приложений, отраженные на рисунке 26.

Рисунок 26 – Современные тренды в области мобильных банковских приложений по версии «Mobile Banking Rank 2017»

Из числа перспективных направлений мобильного банкинга в ООО «ХКФ БАНК» остаются нереализованными технологии быстрого считывания реквизитов с квитанций посредствам штрих-кодов или QR-кодов. Оплата жилищно-коммунальных услуг в современной России является одной из наиболее популярных операций, оказываемых банками населению. Объёмы переводов денежных средств физическими и юридическими лицами на территории Российской Федерации на счета организаций, оказывающих коммунальное обслуживание, превышает 2,3 триллиона рублей за год. Следовательно, сопоставив между собой отсутствие в мобильном приложении ООО «ХКФ Банк» такого перспективного направления мобильного банкинга, как возможность для совершения транзакций с автоматическим заполнением

реквизитов для перевода и объёмы коммунальных платежей можно сделать вывод о необходимости введения данной функции.

Структура операций в зависимости от канала доставки банковских услуг за 2017 года, отраженная на рисунке 25 позволяет сделать вывод о том, что на сегодняшний день большинство платежей по оплате коммунальных услуг в ООО «ХКФ БАНК» совершается преимущественно с помощью личного визита клиента в отделение банка.

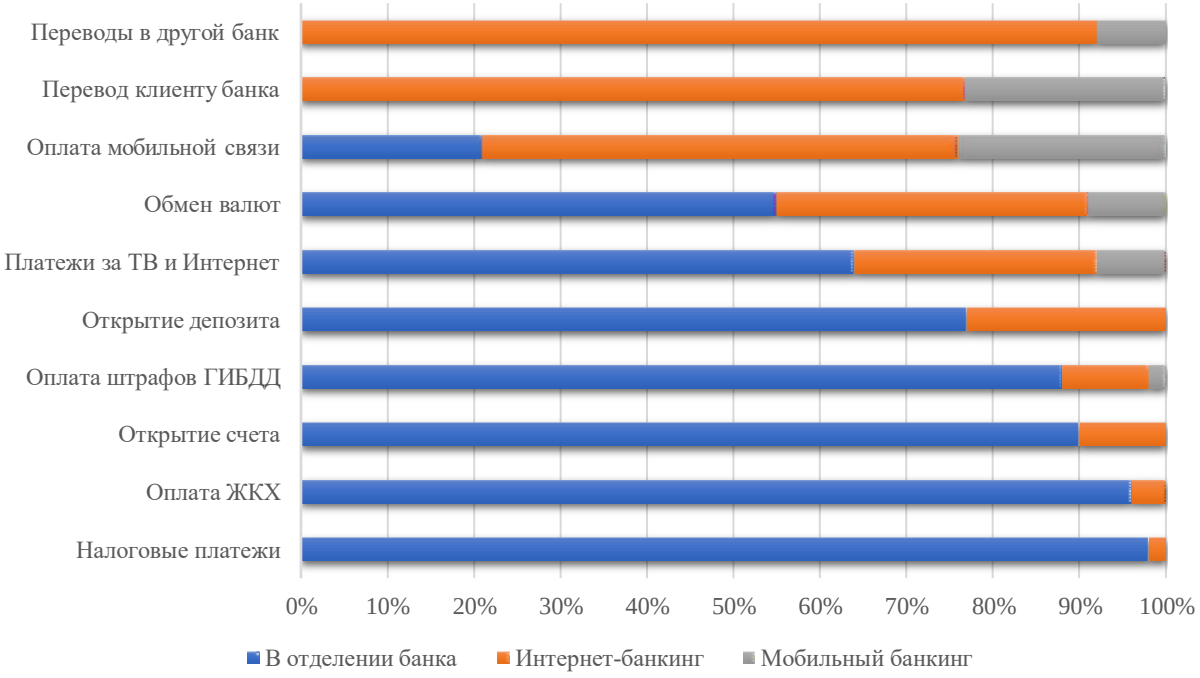



Рисунок 27 – Структура операций в зависимости от канала доставки банковских услуг за 2017 год, в процентах

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

С целью дальнейшего поиска проблемных участков в области дистанционного

банковского обслуживания в ООО «ХКФ БАНК» обратимся к вопросу изучения лояльности клиентов банка. Для предоставления количественной характеристики данного показателя используется индекс потребительской лояльности – Net PromoterScore (далее NPS), который используется для оценки готовности потребителей к повторным покупкам. Для определения данного индекса потребителям предлагается ответить на вопрос: «Какова вероятность того, что вы порекомендуете данную кредитную организацию вашим знакомым?», ответ необходимо оценить по десятибалльной шкале, где 0 – соответствует ответу «Никогда не порекомендую», а 10 – «Обязательно порекомендую». Далее, респонденты ранжируются на три группы, отраженные на рисунке 28, в зависимости от полученных ответов.

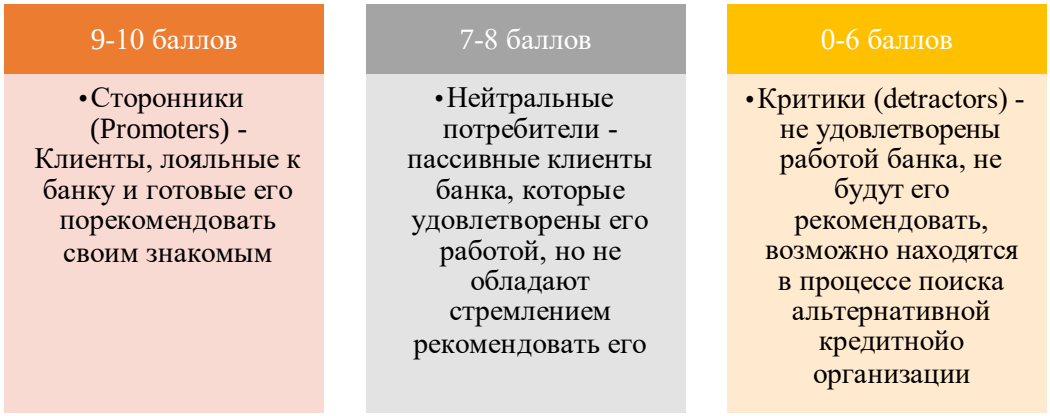



Рисунок 28 – Ранжирование групп потребителей в соответствии с методикой NPS

После завершения разделения потребителей на группы, итоговое значения индекса NPS определяется как разница между процентным значением сторонников и критиков [52].

С целью определения текущего уровня потребительской лояльности в банковском секторе обратимся к исследованию данного вопроса, проведенного аналитическим центром «НАФИ» в августе 2017 года, результаты которого представлены в таблице 13. Основной целью данного исследования являлось определение индекса определения приверженности потребителей кредитной организации. Клиентам предлагалось ответить на вопрос, касательного своего

основного банка, которым они пользуются.

Таблица 13 – Результаты исследования индекса потребительской лояльности клиентов кредитных организаций

| Показатель | Значение показателя за указанный период | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | I квартал 2016 года | III квартал 2016 года | I квартал 2017 года | II квартал 2017 года | III квартал 2017 года |
| Сторонники, в процентах | 57 | 59 | 59 | 45 | 47 |
| Нейтральные потребители, в процентах | 29 | 26 | 22 | 38 | 33 |
| Критики, в процентах | 14 | 15 | 20 | 18 | 20 |
| Коэффициент лояльности, в процентах | 43 | 44 | 39 | 27 | 27 |

По результатам данного исследования можно сделать вывод о том, что в отношении основного банка среднее значение NPS – 27 пунктов. С июля прошлого года наметилась тенденция к снижению этого показателя (в 2016 году – 44 пункта, в январе 2017 – 39 пунктов, в мае и августе 2017 – 27 пунктов). Снижение индекса связано с увеличением доли «нейтралов» – в нее перешла часть сторонников, в то время, как число критиков практически не изменилось. Из представленных результатов мы видим, что почти каждый второй клиент готов рекомендовать свой банк другим (45% в мае и 47% - в августе), и около пятой части клиентов не стали бы этого делать (18% в мае и 20% – в августе) [26].

Данную тенденцию можно назвать проблемной по причине того, что высокие показатели лояльности клиентов помогают корпорациям повышать собственную финансовую устойчивость, особенно в условиях кризиса: лояльные клиенты не только самостоятельно и абсолютно бесплатно расширяют клиентскую сеть компании посредством рекомендаций, но и остаются верны в условиях дестабилизации экономики и кризисных явлений внутри компании. Лояльность – это более широкое понятие, чем рациональный расчет со стороны клиента, это скорее преданность компании, её бренду и оказываемым услугам. Именно поэтому известные и финансово устойчивые компании дорожат собственными

имеющимися лояльными клиентами, которые не только обходятся самой компании намного дешевле новых клиентов, но и по статистике приносят на 67% больше прибыли, по сравнению с новыми клиентами [69].

С целью определения текущего уровня индекса потребительской лояльности в апреле 2018 года был проведен опрос, респондентами являются действующие клиенты ООО «ХКФ БАНК», которым предлагается ответить на вопрос: «Какова вероятность того, что вы порекомендуете своим знакомым обратиться в «ХКФ Банк» для получения необходимых банковских услуг?» Результаты опроса, отраженные на рисунке 29 свидетельствуют о том, что усредненные результаты исследования «НАФИ» соответствуют и текущей ситуации в ООО «ХКФ БАНК». Индекс потребительской лояльности составляет 16%, что говорит о том, что лишь каждый шестой клиент готов порекомендовать рассматриваемую кредитную организацию своим знакомым. Практически половину опрошенных (44%) составляют респонденты не имеющих претензий к работе банка, но и не являющихся лояльными клиентами. Доля критиков составляет лишь 20%, в то время как распространители занимают 36% от общего числа опрошенных, которое составило 120 потребителей.

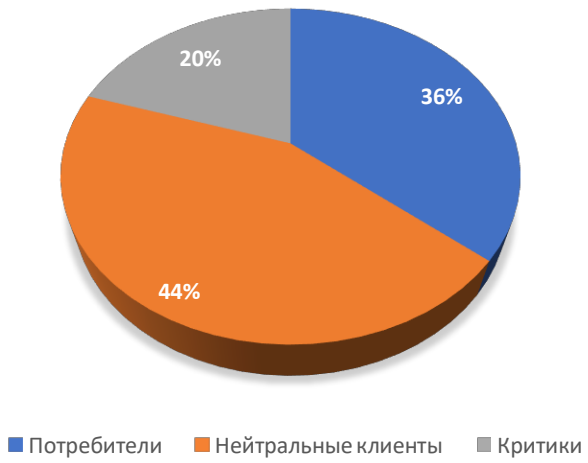



Рисунок 29 – Результаты опроса клиентов ООО «ХКФ БАНК» на предмет потребительской лояльности

Увеличение доли лояльных клиентов позволит увеличить как количество клиентов, так и их качество, которое выражается росте доли лояльных

потребителей. Комплекс мероприятий, направленный на повышение расположения пользователей приведет к увеличению прибыли, созданию положительного имиджа кредитной организации и, как следствие, повышению финансовой устойчивости корпорации. На сегодняшний день в ООО «ХКФ Банк» представлена программа лояльности под названием «Польза», основной функцией которой является ежемесячное вознаграждение за покупки по дебетовым и кредитным картам банка, которое составляет от 1% до 3% от суммы ежемесячных затрат клиента, без учета специальных предложений и акций, в которых объём поощрения достигает 10% от суммы покупки [20]. Поскольку, как было сказано ранее, лояльность – это не только рациональный расчет наилучшего предложения, но совокупность экономической и эмоциональной привязанности клиента к бренду или компании, то основным направлением развития вопроса потребительской лояльности будут служить меры, направленные на упрощение обратной связи с клиентами банка и повышения финансовой грамотности населения. Данное направление развития кредитной организации не только позволит укрепить устойчивость корпорации посредством развития дистанционного банковского обслуживания, но и полностью соответствует социальному аспекту триединого подхода к устойчивому развитию.

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

Выявленная ранее проблема в области мобильного приложения «Хоум Кредит», заключающаяся в низких результатах при оценке приложения

экспертами «Marswebb» создает предпосылки для формулирования рекомендаций. Для сохранения имеющихся и достижения новых результатов мобильного приложения, информационные отдел кредитной организации должен уделять достаточное количество внимания вопросам своевременного дизайна приложения, отслеживанию текущих банковских трендов в данной области, и, отдельного внимания заслуживает вопрос безопасности при дистанционном банковском обслуживании. При таком виде обслуживания клиент банка взаимодействует с кредитной организацией посредством передачи удаленных распоряжений с помощью соответствующего технологического обеспечения, соответственно передается конфиденциальная информация, в частности персональные данные. В связи с чем возрастает риск получения доступа к конфиденциальным данным третьих лиц. Отраженная на рисунке 30 динамика объёма несанкционированных операций с использованием платежных карт отражает необходимость своевременного обновления банковских мобильных приложений и браузерных версий интернет банка с целью укрепления вопроса кибер-безопасности.

Рисунок 30 – Объем несанкционированных операций с использованием платежных карт в разрезе места их совершения

Предоставленная Центральный Банком информация об объёме

несанкционированных операций позволяет сделать вывод о том, что наибольший объём криминальных транзакций составляет более 312 миллионов рублей за 1 квартал 2015 года, около половины (49,9%) из всех несанкционированных операций по пластиковым банковским картам составили мошеннические операции посредством сети интернет и устройств мобильной связи. Данную тенденцию можно объяснить смещением интереса злоумышленников от платежных терминалов и организаций торговли в сторону CNP-транзакций, по причине повышения доступности платежных услуг в сети Интернет [27].

Таким образом вопросы кибер-безопасности для кредитной организации и её клиентов являются одними из основных аспектов совершенствования дистанционного банковского обслуживания. Развитие данного направления не только позволяет предохранять денежные средства от хищения злоумышленниками, но и повышать уровень доверия клиентов к банку, посредством выполнения одной из основных банковских функций – сбережения доверенных кредитной организации клиентами денежных средств.

Основным фактором, способным поддерживать аспект безопасности в среде банковских операций является уровень квалификации и достаточный уровень его мотивации персонала информационного отдела кредитной организации. Разработка и сопровождение систем мобильного и интернет-банкинга требует привлечения высококвалифицированных программистов, системных администраторов, специалистов по компьютерной безопасности, которых на сегодняшнем рынке труда оказывается недостаточное количество. Действительно, по данным российской компании интернет-рекрутинга «HeadHunter», представленных на рисунке 31 можно сделать вывод о том, что на сегодняшний день, в России спрос на квалифицированный персонал в области машинного обучения (MachineLearning) и искусственному интеллекту (ArtificialIntellegence) превышает предложение в 10 раз.

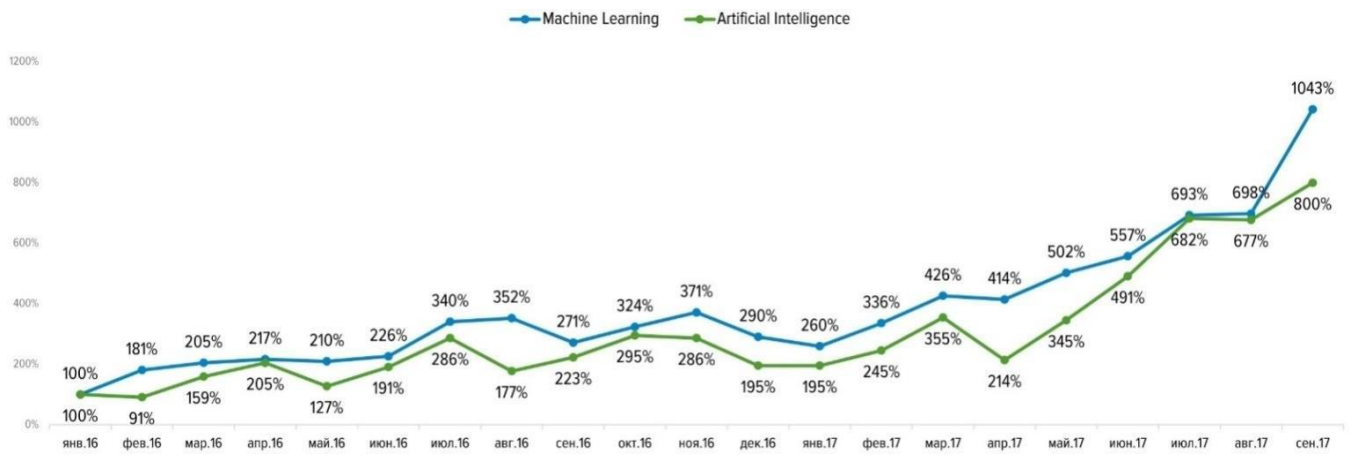



Рисунок 31 – Динамика спроса на специалистов в области информационных технологий в России

Текущий спрос на специалистов в области информационных технологий объясняется недостаточным количеством и качеством подготовки кадров в организациях высшего и профессионального образования, а также оттоком имеющихся специалистов за границу по причине более выгодных условий труда. Решением данной ситуации может стать создание конкурентоспособных условий труда для приема специалистов данной области, либо благотворительная деятельность банка, направленная на создание и финансирование новых целевых образовательных программ для подготовки специализированных кадров с обязательным последующим трудоустройством в информационный отдел кредитной организации. Последнее, за исключением очевидной кадровой выгоды положительно скажется на имидже банка, и, как следствие, потенциально способно увеличить количество лояльных клиентов. Необходимо отметить, что развитие мобильного банкинга невозможно без параллельного развития вопроса информационной безопасности.

В результате проведения анализа финансовой устойчивости и эффективности систем дистанционного банковского обслуживания ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» были определены текущие проблемы, отраженные в таблице 14.

Таблица 14 – Текущие проблемы ООО «ХКФ Банк»

| Проблема | Причина возникновения | Возможные последствия | Способ решения |
|---|---|---|---|
| Снижение ликвидности | Сокращение доли собственных денежных средств | Снижение уровня финансовой устойчивости | Поиск средств повышения текущих доходов |
| Низкие оценки мобильного приложения аналитическим агентством «Markswebb» | Отсутствие современных функциональных возможностей в мобильном приложении | Сокращение доли пользователей систем дистанционного обслуживания, неконкурентоспособность мобильного приложения | Совершенствование мобильного банкинга |
| Низкий уровень потребительской лояльности | Низкий уровень финансовой грамотности, недостаточное взаимодействие между клиентами и банком | Мгновенный отток клиентов в случае наступления кризисных явлений | Развитие отношений между клиентами, потенциальными клиентами и банком в социальных сетях |
| Большая доля клиентов, оплачивающих коммунальные услуги в отделениях банка | Недостаточная популяризация систем дистанционного обслуживания | Неоптимизированные издержки на обслуживание клиентов, нерациональное расходование денежных средств | Перевод клиентов, оплачивающих коммунальные услуги с «классического» на дистанционное обслуживание |
| Совершенствование методов хищения денежных средств со стороны кибер-преступников | Недостаточное финансирование отдела информационной безопасности | Угроза безопасности собственных и клиентских конфиденциальных данных | Увеличение финансирования отдела информационной безопасности |

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

Рекомендации по совершенствованию ДБО для ООО «ХКФ БАНК»

Одним из факторов, ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» является разрешение проблемы в области мобильного банкинга, выявленной ранее на основании исследования «Mobile Banking Rank 2017». С целью повышения, удобства, функционала и популярности мобильного приложения «Хоум Кредит Банк» предлагается ввести возможность оплаты посредством сканирования

камерой смартфона QR-кодов, размещенных на любых квитанциях, в том числе и квитанциях на оплату коммунальных услуг. Коммунальные услуги занимают особое место в важности введения данной функции по причине того, что их необходимо оплачивать каждому домохозяйству ежемесячно, а объёмы таких платежей по всей России составили более 2,3 триллионов рублей за 2017 год по данным Федеральной Службы Государственной Статистики Российской Федерации об объёме оказанных платных услуг населению, ранжированных по видам, представленным в таблице 15. На основании представленных данных об оказанных услугах на территории Российской Федерации в разрезе области их оказания можно сделать вывод о том, что жилищно-коммунальные услуги на протяжении всего рассматриваемого промежутка времени занимают наибольшую долю в общем числе оказанных услуг (более 23%). К тому же удельный вес данного вида услуг возрастает с 23,6% за 2005 год до 27,7% за 2016 год [67].

Произведенный анализ структуры объёма платных услуг, оказанных населению на территории Российской Федерации позволяет сделать вывод об актуальности совершенствования возможностей оплаты коммунальных услуг с помощью мобильного банковского приложения, по причине распространенности такого вида платежа среди населения, то и есть среди действующих и потенциальных клиентов ООО «Хоум энд Финанс Кредит Банк». Оплату коммунальных услуг можно назвать одним из самых регулярных платежей, совершаемых гражданами Российской Федерации. Несмотря на то, что в современных экономических условиях нашей страны существуют внушительные объёмы просроченной задолженности по оплате коммунальных услуг, трудно переоценить потенциал роста комиссионных доходов, достичь которого представляется возможным благодаря развитию направления оплаты коммунальных услуг через системы дистанционного обслуживания. для чего ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк» предлагается ввести возможность оперативного сканирования QR-кодов на квитанциях клиентами банка с помощью камеры смартфона.

Таблица 15 – Объёмы платных услуг населению ранжированные по видам, в миллионах рублей

| Вид оказанных услуг | Временной промежуток | | Временной промежуток | | Временной промежуток | | Временной промежуток | | Временной промежуток | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2005 | Удельный вес, в процентах | 2010 | Удельный вес, в процентах | 2015 | Удельный вес, в процентах | 2016 | Удельный вес, в процентах | 2017 | Удельный вес |
| Бытовые | 228 679 | 10,1% | 487 178 | 9,9% | 806 022 | 10,8% | 877 938 | 10,9% | 928 625 | 10,8% |
| Транспортные | 487 521 | 21,5% | 940 545 | 19,0% | 1 385 538 | 18,6% | 1 481 518 | 18,4% | 1 699 442 | 19,7% |
| Связи | 420 277 | 18,5% | 950 653 | 19,2% | 1 268 730 | 17,0% | 1 283 482 | 15,9% | 1 291 072 | 14,9% |
| Жилищно-коммунальные услуги | 536 607 | 23,6% | 1 331 952 | 26,9% | 2 022 275 | 27,1% | 2 219 849 | 27,6% | 2 388 628 | 27,7% |
| Гостиничные | 60 098 | 2,6% | 112 855 | 2,3% | 175 709 | 2,4% | 188 992 | 2,3% | 213 288 | 2,5% |
| Культурные | 53 232 | 2,3% | 81 930 | 1,7% | 128 548 | 1,7% | 138 937 | 1,7% | 154 238 | 1,8% |
| Туристические | 33 849 | 1,5% | 99 879 | 2,0% | 147 541 | 2,0% | 158 252 | 2,0% | 161 344 | 1,9% |
| Физической культуры и спорта | 14 862 | 0,7% | 30 089 | 0,6% | 53 973 | 0,7% | 62 209 | 0,8% | 70 274 | 0,8% |
| Медицинские | 109 756 | 4,8% | 250 474 | 5,1% | 474 432 | 6,4% | 528 359 | 6,6% | 572 445 | 6,6% |
| Санаторно-оздоровительные | 36 082 | 1,6% | 60 460 | 1,2% | 92 300 | 1,2% | 110 513 | 1,4% | 120 009 | 1,4% |
| Ветеринарные | 4 771 | 0,2% | 8 052 | 0,2% | 13 743 | 0,2% | 15 560 | 0,2% | 17 254 | 0,2% |
| Правого характера | 52 275 | 2,3% | 84 617 | 1,7% | 88 642 | 1,2% | 96 497 | 1,2% | 96 049 | 1,1% |
| Системы образования | 152 670 | 6,7% | 326 100 | 6,6% | 486 543 | 6,5% | 539 685 | 6,7% | 567 312 | 6,6% |
| Социальные услуги, предоставляемые гражданам пожилого возраста и инвалидам | 0 | 0,0% | 0 | 0,0% | 13 361 | 0,2% | 16 022 | 0,2% | 19 114 | 0,2% |
| Другие услуги | 81 054 | 3,6% | 178 698 | 3,6% | 310 165 | 4,2% | 332 995 | 4,1% | 337 183 | 3,9% |
| Итого оказано услуг | 2 271 733 | 100,0% | 4 943 482 | 100,0% | 7 467 522 | 100,0% | 8 050 808 | 100,0% | 8 636 277 | 100,0% |

С технической стороны QuickResponse-код (код быстрого отклика) представляет собой двухмерный шрих-код, который может содержать в себе различную информацию, ограниченную 7 тысячами цифр или 4 тысячами любого сочетания цифр и букв. В обзоре международного опыта использования QR-кодов в финансовом секторе, подготовленным Банком России в январе 2018 года отмечается что за 2016 год в Китае было совершено платежей с помощью данной технологии на общую сумму более 1,6 триллиона долларов, что составляет около третьей части всех мобильных платежей в стране [58].

Схему реализации возможности по оплате товаров и услуг через мобильное приложение ООО «ХКФ БАНК» с помощью сканирования камерой смартфона QR-кода, представленная на рисунке 32 подразумевает условное разделение данной процедуры на 4 этапа.

Рисунок 32 – Механизм проведения платежа с помощью QR-кода

Первый этап заключается в том, что поставщик услуг генерирует QR-код, содержащий в себе необходимую информацию для оплаты его услуг (банковские реквизиты, наименование платежа, сумму задолженности, лицевой счет потребителя) с помощью POI (PointOfInitiation) Apllication – программного обеспечения, предназначенного для кодирования и декодирования информации

QR-кодов, анализа данных, проверки содержимого и формата, а также обработке транзакций.

Второй этап подразумевает получение потребителем коммунальных услуг квитанции, содержащей на себе сгенерированный на первом этапе QR-код и сканирование его в мобильном банковском приложении с помощью камеры смартфона. При необходимости пользователь должен пройти аутентификацию.

На третьем этапе проведения платежа с помощью QR-кода мобильное приложение отправляет запрос на инициацию транзакции в сеть, где кредитная организация-эмитент проверяет возможность совершения данной транзакции.

На заключительном этапе осуществления платежа покупатель и продавец информируются о результатах попытки проведения транзакции и в случае её успешного совершения формируется перевод денежных средств со счета покупателя на счет продавца.

Банк России отмечает, что несколько крупных отечественных кредитных организаций уже добавили возможность проведения платежей и переводов с использованием QR-кодов в мобильных приложениях. Некоторые из них позволяют не только оплачивать услуги с помощью данной технологии, но и осуществлять переводы денежных средств между клиентами банка: в данной ситуации двухмерный штрих-код генерируется самим мобильным банковским приложением.

Технологии QR-кодирования уже получили правовую поддержку со стороны государства. Так, с 1 сентября 2014 года в России действует национальный стандарт QR-кодирования платежных данных (ГОСТ Р 56042-2014) определяющий методику нанесения QR-кодов унифицированной формы на платежные документы, регламентирующий допустимые форматы QR-кодов и единые правила включения платежных реквизитов в коды, а также состав обязательных реквизитов, без которых формирование кода считается невозможным. Целью создания данного стандарта является обеспечение возможности оплаты налогов, квитанций за жилищно-коммунальные услуги,

штрафов ГИБДД и осуществление любых других платежей с помощью двухмерных штрих-кодах, которые содержатся на платежных документах.

В сентябре 2017 года был утвержден национальный стандарт (ГОСТ) для мобильных приложений, работающих со штрих кодами и QR-кодами, предназначенный для добровольного применения и адресованный в первую очередь, разработчикам программного обеспечения. Данный стандарт регламентирует использование экранов мобильных гаджетов или рекламных поверхностей для отображения QR-кодов. Данный ГОСТ идентичен международному стандарту, разработанному международной организацией по стандартизации (InternationalOrganizationforStandartization) и Международной электротехнической комиссией, опубликованному в 2015 году.

Таким образом, можно сделать вывод что на сегодняшний день уже разработаны методы приведения QR-кодов к единому виду, что сокращает возможные риски распознавания и методическая база данной технологии является достаточной для внедрения в кредитную организацию.

В условиях активного роста электронной коммерции, а также развития цифрового взаимодействия между физическими лицами, мгновенные безналичные расчеты становятся очевидной потребностью на финансовом рынке. Создание платформы быстрых платежей посредством создания и считывания двухмерных QR-кодов направлено на развитие рынка платежных услуг, снятие межбанковских барьеров при переводах между счетами физических лиц, предоставление инновационных, функциональных и удобных сервисов потребителям финансовых услуг. Также необходимо отметить факт того, что внедрение данной функции способствует повышению привлекательности безналичных расчетов, а, следовательно, оптимизации использования денежных средств, что способствует повышению финансовой устойчивости – одного из важнейших аспектов экономического направления устойчивого развития корпорации. Решение выявленных ранее проблем, отраженных в таблице 14 с помощью внедрения в мобильное банковское приложение технологии

совершения переводов с помощью QR-кодов будет способствовать как повышению финансовой устойчивости кредитной организации, так и развитию дистанционного банковского обслуживания

Таблица 16 – Рекомендации по совершенствованию дистанционного банковского обслуживания и укрепления финансовой устойчивости для ООО «ХКФ Банк» посредством внедрения возможности совершения переводов с помощью QR-кодов

| Метод выявления проблемы | Проблема | Решение проблемы | Ожидаемый эффект | Рекомендация |
|---|---|---|---|---|
| Анализ эффективности ДБО | Низкие оценки по результатам исследования «MobileBankingRank 2017» | Совершенствование мобильного банкинга путем внедрения новых функций | Совершенствование ДБО, рост числа пользователей мобильного банкинга | Создание возможности совершения денежных переводов с помощью QR-кода |
| | Большая доля клиентов, оплачивающих коммунальные услуги в отделениях банка | | | |
| Анализа финансовой устойчивости | Снижение показателей ликвидности | Увеличение количества денежных средств кредитной организации | Рост комиссионных доходов посредством увеличения объёмов платежей через мобильное приложение | |

Внедрение возможности совершения банковских переводов посредством генерирования и считывания QR-кодов будет способствовать решению проблемы по снижению показателя мгновенной ликвидности путем увеличения комиссионных доходов, что достигается ростом объёмов безналичных платежей с помощью мобильного приложения. Рост комиссионных доходов позволит увеличить финансирование отдела информационной безопасности, от эффективности работы которого зависит как репутация и конфиденциальность самой кредитной организации, так и уровень доверия клиентов. Также необходимо упомянуть о том, что реализация технологии по считыванию QR-кодов банковским мобильным приложением будет способствовать расширению

его функционала и удобства, что позволит расширять аудиторию клиентов мобильного банкинга и получать более высокие оценки в будущих исследованиях.

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

Одним из методов, охватывающих разрешение проблем финансовой безграмотности, низкой потребительской лояльности и отсутствия доверия к кредитным организациям является развитие взаимодействия между банком и населением посредством социальных сетей. По данным Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) около 45% совершеннолетнего населения пользуются одной из социальных сетей ежедневно, а 62% - хотя бы раз в неделю. Максимальный уровень вовлеченности оказался среди молодежи в возрасте от 18 до 24 лет, утверждается что ежедневно пользуются социальными сетями около 91% в данной возрастной группе, а среди людей от 25 до 34 лет – 69% [16]. Для кредитной организации данная статистика актуализирует вопрос развития фирменных групп в социальных сетях по причине большой потенциальной аудитории, внимание которой возможно привлечь при условии создания контента, способного её заинтересовать.

С целью оценки текущей работы ООО «ХКФ БАНК» в области взаимодействия с пользователями социальных сетей сравним показатель

количества участников фирменных групп с одним из лидеров отечественного дистанционного банковского обслуживания – АО «Тинькофф Банк». На сегодняшний день это кредитная организация, не имеющего ни одного клиентского отделения и полностью ведущая работу в дистанционном режиме. По состоянию на 01.04.2018 активы нетто данного банка составляют 297 229 931 тысячу рублей, что соответствует 30 месту по России. Чистая прибыль составляет 5 535 419 тысяч рублей, что соответствует 10 месту по России [39]. По данным крупнейшего отечественного независимого финансового портала «Банки.ру», Тикньофф занимает первое место по количеству положительных отзывов от клиентов, что позволяет судить об удовлетворенности потребителя финансовых услуг данной кредитной организации. По всей видимости, концентрация денежных средств и внимания на клиентах, а не на организации работы офисов по всей стране позволяет оптимизировать политику банковских продуктов и их обслуживание. Данная статистика позволяет обратиться к банку «Тинькофф» как к наиболее опытному участнику рынка банковских услуг, специализирующимся на дистанционном обслуживании клиентов. Банком «Тинькофф» предоставляется полный спектр банковских услуг для клиентов: вклады, различные виды кредитования, валютные операции, ведение банковских счетов и другое. Маркетинговая политика данной кредитной организации позиционирует отсутствие банковских отделений, как преимущество для клиента, о чем можно судить исходя из снимка экрана страницы «О банке» официального сайта кредитной организации, отраженного на рисунке 33.

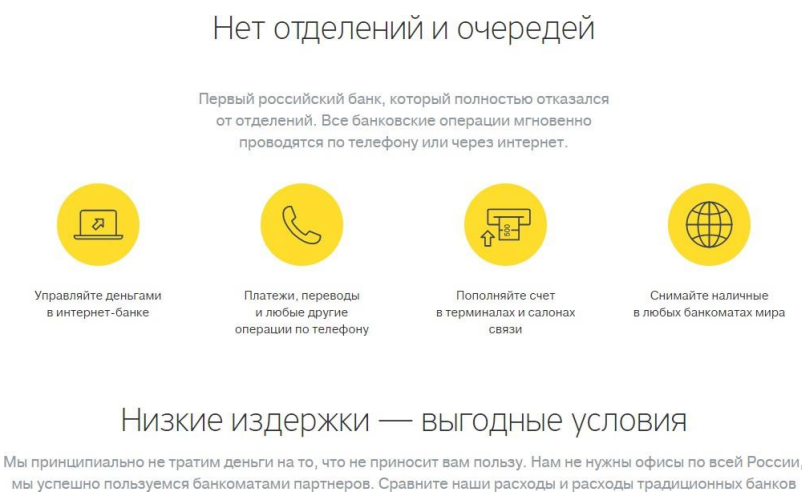



Рисунок 33 – Снимок экрана с официального сайта банка «Тинькофф»

С целью определения текущего состояния фирменных групп и оценки получаемых значений предлагается использовать показатель количества участников, сопоставленный с количеством участников в аналогичной социальной сети фирменной группы АО «Тинькофф Банк» и отраженный в таблице 17.

Таблица 17 – Сравнение деятельности в интернет-сообществах «Хоум Кредит» и банка «Тинькофф»

| Социальная сеть | Количество подписчиков, человек | | | | Абсолютное отклонение, подписчиков |
|---|---|---|---|---|---|
| | «Хоум Кредит» | Удельный вес, процентов | «Тинькофф» | Удельный вес, процентов | |
| «Вконтакте» | 53 155 | 3,71% | 276 426 | 39,71% | -223 271 |
| «Facebook» | 1 293 094 | 90,25% | 120 741 | 17,35% | 1 172 353 |
| «Instagram» | 94 | 0,01% | 97 200 | 13,96% | -97 106 |
| «YouTube» | 4 057 | 0,28% | 17 822 | 2,56% | -13 765 |
| «Одноклассники» | 76 903 | 5,37% | 53 421 | 7,67% | 23 482 |
| «Twitter» | 5 448 | 0,38% | 130 471 | 18,74% | -125 023 |
| Итого: | 1 432 751 | 100,00% | 696 081 | 100,00% | 736 670 |

На основе проведенного анализа деятельности рассматриваемых кредитных организаций в социальных сетях можно сделать вывод что в сумме по всем официальным группам «Хоум Кредит» превышает «Тинькофф Банк» более чем на 700 тысяч подписчиков. Однако, проведенный структурный анализ, отраженный на рисунке 34 позволяет говорить о том, что итоговое положительное абсолютное отклонение формируется за счет того, что аудитория «Хоум Кредит» на 90%

состоит из пользователей социальной сети «Facebook».

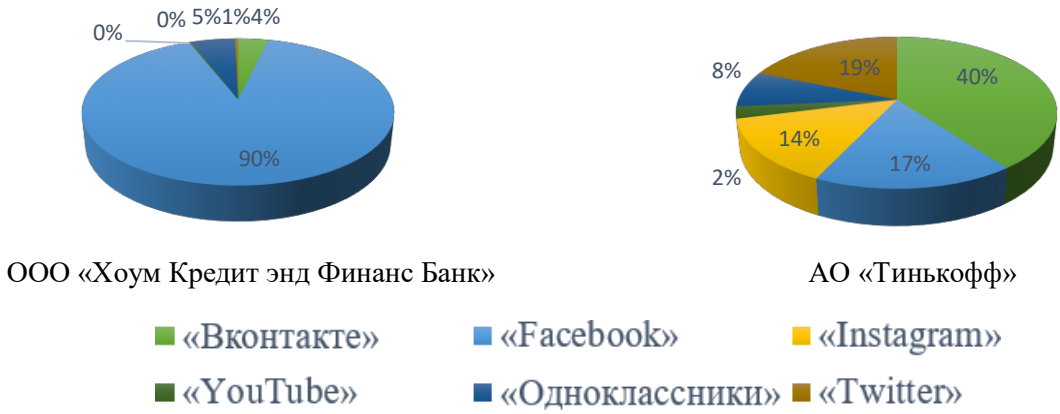



Рисунок 34 – Структурный анализ аудитории кредитных организаций в социальных сетях

Данную ситуацию можно объяснить принадлежностью ООО «ХКФ БАНК» к Чешской «Home Credit Group», география присутствия которой охватывает 21 страну, преимущественно расположенных на территории Европы. Наибольшая часть контента в социальной сети «Facebook» представлена на английском языке, основную долю аудитории занимают жители зарубежных стран, следовательно, статистику данной социальной сети нельзя назвать перспективной для целей развития дистанционного банковского обслуживания «Хоум Кредит Банк», ведущего свою деятельность на территории Российской Федерации.

По русскоязычным официальным группам, без учета «Facebook» ситуация противоположная: суммарная аудитория «Тинькофф Банк» превышает количество подписчиков «Хоум Кредит Банк» на 435 тысяч человек в абсолютном выражении или 575 тысяч против 139 тысяч. Исходя из полученных данных популярности фирменной группы в социальных сетях и сравнению полученных результатов с одним из лидеров отечественного дистанционного банковского обслуживания можно прийти к выводу о том, что необходимо совершенствовать контент, размещаемый в данных группах, проводить рекламные акции, способствующие увеличению числа подписчиков. Роль рекомендуемых мероприятий для кредитной организации заключается в следующем:

–повышение уровня финансовой грамотности населения путем публикации

качественного контента, способствующего росту данного показателя, что в конечном итоге приводит к повышению уровня доверия конечного потребителя к банку;

–возможность периодической публикации рекламного контента, стоимость размещения которого будет значительно ниже по сравнению с его размещением на площадках Яндекс.Директ или GoogleAdwords;

–потенциальные возможности для роста показателя лояльности потребителей, на который возможно влиять без внедрения программ лояльности, а посредством качественной обратной связи внутри фирменных групп, а также с помощью методов управления контентом.

Таким образом, с целью повышения популярности дистанционного банковского обслуживания в ООО «ХКФ БАНК» рекомендуется организовать работу SMM отдела, основной целью работы которого станет создание контента, способствующего повышению уровня финансовой грамотности подписчиков и их доверия к банку, рекламирование дистанционных способов выполнения банковских операций, увеличению аудитории кредитной организации в различных социальных сетях. Создание и развитие данного отдела позволит решить выявленные проблемы, представленные в таблице 18.

Таблица 18 – Рекомендации по совершенствованию дистанционного банковского обслуживания и укрепления финансовой устойчивости для ООО «ХКФ Банк» посредством организации работы SMM-отдела

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

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Анализа финансовой устойчивости | Снижение показателей ликвидности | Увеличение числа текущих и потенциальных клиентов | х клиентов, повышение качества активов | |

Укрепление финансовой устойчивости ООО «ХКФ Банк» с помощью развития отдела социального медиа-маркетинга произойдет за счет увеличение как числа, действующих, так и потенциальных клиентов, в результате чего произойдет рост объёмов доходных активов. Публикация контента, способствующего повышению уровня финансовой грамотности среди аудитории фирменных групп позволит повысить лояльность действующих клиентов.

Эффективность предложенных рекомендаций

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

Предлагаемый к созданию SMM отдел будет иметь в себе такие структурные подразделения, как отдел видео-контента, новостной и статейный отделы. Иерархия предлагаемого к созданию отдела (рисунок 35) представляет собой редакторов, имеющих в подчинении младший персонал и находящихся в подчинении у руководителя SMM отдела, как и сотрудники, занимающиеся рекламой и продвижением фирменных групп в социальных сетях.

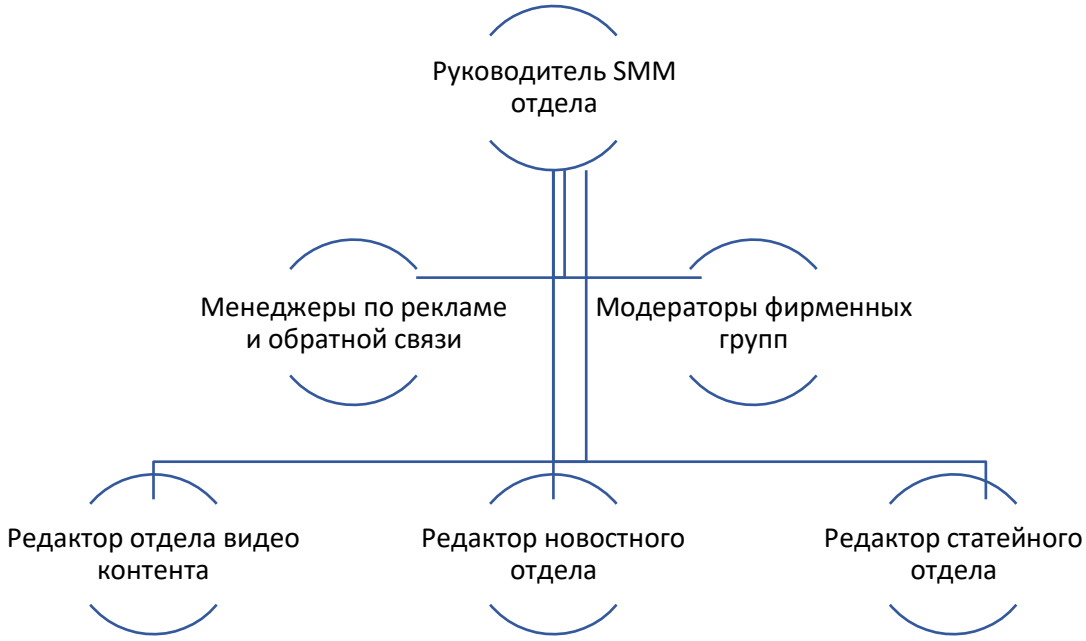



Рисунок 35 – Иерархия руководительского состава SMM отдела

С целью оценки экономической эффективности, предложенной рекомендаций по организации работы нового структурного подразделения, предлагается оценить стоимость поддержания работоспособности SMM отдела и сопоставить полученные данные с количеством привлекаемых человек и потенциальным экономическим результатом от конверсии подписчиков. Годовые затраты на поддержание работоспособности предлагаемого к созданию отдела представлены в таблице 19. По причине того, что деятельность данного отдела будет вестись исключительно в сети интернет, то с целью оптимизации издержек предлагается нанимать персонал на условиях удаленной занятости, что позволит исключить затраты на оборудование или аренду помещения. Необходимо упомянуть, что данное подразделение будет поддерживаться другими отделами корпорации, такими как юридический, рекламный, а также отдел информационных технологий. Связь с другими структурными подразделениями будет осуществляться дистанционным способом.

Таблица 19 – Текущие расходы на работу SMM отдела

| Статья расходов | Ежемесячная стоимость, в рублях | Годовая стоимость, в рублях |
|---|---|---|
| 1Оплата каналов связи | 25 000 | 300 000 |
| 2Фонд оплаты труда всего, в том числе | 1 110 000 | 13 320 000 |

| | | |
|---|---|---|
| 2.1Отдел видео-контента всего, в том числе: | 220 000 | 2 640 000 |
| 2.1.1Оператор-видеомонтажер | 40 000 | 480 000 |
| 2.1.2Сценарист видео-сюжетов | 30 000 | 360 000 |
| 2.1.3Графический дизайнер | 70 000 | 840 000 |
| 2.1.4Редактор отдела видео-контента | 80 000 | 960 000 |
| 2.2Новостной отдел всего, в том числе: | 195 000 | 2 340 000 |
| 2.2.1Сценарист новостных статей | 25 000 | 300 000 |
| 2.2.2Оператор поиска новостных сюжетов | 20 000 | 240 000 |
| 2.2.3Графический дизайнер | 70 000 | 840 000 |
| 2.2.4Руководитель-редактор отдела новостных статей | 80 000 | 960 000 |
| 2.3Отдел статей о финансовой грамотности, в том числе | 190 000 | 2 280 000 |
| 2.3.1Составитель статей | 20 000 | 240 000 |
| 2.3.2Составитель статей | 20 000 | 240 000 |
| 2.3.3Графический дизайнер | 70 000 | 840 000 |
| 2.3.4Руководитель-редактор статей о финансовой грамотности | 80 000 | 960 000 |
| 2.4Отдел по рекламе и обратной связи всего, в том числе: | 260 000 | 3 120 000 |
| 2.4.1Менеджер по рекламе в социальных сетях | 25 000 | 300 000 |
| 2.4.2Менеджер по рекламе в социальных сетях | 25 000 | 300 000 |
| 2.4.3Графический дизайнер | 70 000 | 840 000 |
| 2.4.4Менеджер обратной связи | 30 000 | 360 000 |

Окончание таблицы 19

| Статья расходов | Ежемесячная стоимость, в рублях | Годовая стоимость, в рублях |
|---|---|---|
| 2.4.5Менеджер обратной связи | 30 000 | 360 000 |
| 2.4.6Руководитель отдела по рекламе и обратной связи | 80 000 | 960 000 |
| 2.5Модераторы фирменных групп всего, в том числе: | 125 000 | 1 500 000 |
| 2.5.1Модератор «Вконтакте» | 25 000 | 300 000 |
| 2.5.2Модератор «Instagram» | 25 000 | 300 000 |
| 2.5.3Модератор «YouTube» | 25 000 | 300 000 |
| 2.5.4Модератор «Одноклассники» | 25 000 | 300 000 |
| 2.5.5Модератор «Twitter» | 25 000 | 300 000 |
| 2.6Руководитель SMM отдела | 120 000 | 1 440 000 |
| 3Отчисления во внебюджетные фонды всего, в том числе | 330 000 | 3 966 000 |
| 3.1Пенсионный фонд | 244 200 | 2 930 400 |
| 3.2Фонд социального страхования | 32 190 | 386 280 |
| 3.3Фонд обязательного медицинского страхования | 56 610 | 679 320 |
| Итого: | 1 466 000 | 17 592 000 |

Таким образом, суммарные ежемесячные и годовые затраты на организацию деятельности SMM отдела составляют 1 466 и 17 592 тысяч рублей

соответственно. В качестве целевого ориентира и показателя эффективности работы данного структурного подразделения предлагается установить план по привлечению необходимого количества подписчиков, отраженный в таблице 20. Основой для разработки данного планового показателя служит текущее количество подписчиков в фирменных группах АО «Тинькофф Банк»

Таблица 20 – План по количеству привлекаемых подписчиков

| Социальная сеть | Привлеченное количество подписчиков | | Итого за один год, с учетом уже имеющихся подписчиков | Абсолютное отклонение между плановым показателем «ХКФ Банк» и текущим результатом АО «Тинькофф Банк» |
|---|---|---|---|---|
| | Ежемесячно | Итого, за один год | | |
| «Вконтакте» | 30 000 | 360 000 | 413 155 | 136 729 |
| «Instagram» | 16 500 | 198 000 | 198 094 | 100 894 |

Окончание таблицы 20

| Социальная сеть | Привлеченное количество подписчиков | | Итого за один год, с учетом уже имеющихся подписчиков | Абсолютное отклонение между плановым показателем «ХКФ Банк» и текущим результатом АО «Тинькофф Банк» |
|---|---|---|---|---|
| «YouTube» | 2 500 | 30 000 | 34 057 | 16 235 |
| «Одноклассники» | 4 000 | 48 000 | 124 903 | 71 482 |
| «Twitter» | 20 000 | 240 000 | 245 448 | 5 448 |
| Итого | 73 000 | 876 000 | 1 015 657 | 330 788 |

Таким образом, по результатам работы SMM отдела в течении одного года предлагается привлечь более 870 тысяч новых подписчиков, в таком случае суммарное количество подписчиков фирменных групп ООО «ХКФ Банк» составит более 1 миллиона пользователей.

С целью определения экономической эффективности создания и поддержки работоспособности социального медиа маркетингового отдела рассчитаем

количество новых клиентов, привлекаемых благодаря работе этого структурного подразделения. Расчеты будем проводить, учитывая количество действующих клиентов ООО «ХКФ Банк» на 25.01.2018 года равное 35,3 миллионам человек и прибыль в размере 11 627 122 тысячи рублей по итогам 2017 года, таким образом получается, что в среднем, один клиент приносит банку 329,3 рублей прибыли за один год. На основании этой информации составим пессимистичный, нейтральный и оптимистичный прогнозы по экономической эффективности деятельности SMM отдела, результаты расчетов отражены в таблице 21.

На основании данных о прогнозируемом доходе можно сделать вывод о том, что даже в случае пессимистичного прогноза, подразумевающего конверсию в размере 10% от привлекаемых подписчиков прогнозируемый доход ООО «ХКФ Банк» составит более 28 миллионов рублей, а прибыль – более 11 миллионов рублей. В таком случае стоимость привлечения одного клиента составит 200 рублей, что можно охарактеризовать как дешевое привлечение новых клиентов. Такие выводы можно сделать на основании публичных заявлений генерального директора финансового маркета «Юником 24» Юрия Кудрякова о том, что средняя стоимость привлечения нового клиента, претендующего на кредит размером до 300 тысяч рублей составляет от 800 до 2500 рублей. Директор по маркетингу ПАО «Почта Банк» Евгения Ленская заявляет, что стоимость заключения одного кредитного договора составляет около 3500 рублей [15], таким образом предложенная рекомендация по созданию SMM отдела является экономически оправданной.

Таблица 21 – Экономический результат от привлечения новых клиентов посредством работы SMM отдела

| Прогноз | Конверсия, процентов | Количество новых клиентов | Прогнозируемый доход, рублей | Прибыль от деятельности SMM отдела, рублей | Стоимость привлечения одного клиента, рублей |
|---|---|---|---|---|---|
| Пессимистичный | 10 | 87 600 | 28 908 000 | 11 316 000 | 200,82 |
| Нейтральный | 25 | 219 000 | 72 270 000 | 54 678 000 | 80,32 |
| Оптимистичный | 50 | 438 000 | 144 540 000 | 126 948 000 | 40,16 |

Создание и развитие фирменных групп кредитной организации в социальных сетях является уникальным инструментом, позволяющим одновременно повышать имидж компании выполняя социальную функцию в виде повышения финансовой грамотности населения, а также поднятия уровня потребительской лояльности имеющихся клиентов кредитной организации и относительно дешевого привлечения новых, которое достигается благодаря широкой популярности социальных сетей в наши дни.

Как было выявлено ранее, реализация возможности совершения платежей и переводов с помощью технологии кодирования банковских реквизитов посредством QR-кодов является одним из наиболее актуальных современных банковских трендов, позволяющих поддерживать конкурентоспособность мобильного банкинга, повышать удобство использования мобильного приложения, и, следовательно, снижать нагрузку с сотрудников банковских отделений.

С целью определения экономического результата от внедрения данной функции предлагается сопоставить затраты на её реализацию с потенциальными комиссионными доходами. Затраты на реализацию, отраженные в таблице 22, включают в себя издержки на модернизацию программного обеспечения и его сопутствующее изменение дизайна, а также рекламную кампанию.

Таблица 22 – Издержки на внедрение функции QR-кода

| Статья расходов | Стоимость, в тысячах рублей |
|---|---|
| 1 Модернизация программного обеспечения | 2 500 |
| 2 Сопутствующий дизайн мобильного приложения | 1 000 |
| 3 Рекламная компания всего, в том числе | 97 700 |
| 3.1 Реклама на ТВ | 91 500 |
| 3.1.1 Организация съёмок рекламного ролика | 1 500 |
| 3.1.2 Годовая стоимость выпуска рекламных роликов в эфир | 90 000 |
| 3.2 Интернет-реклама всего, в том числе | 3 200 |
| 3.2.1 Реклама в социальных сетях | 0 |
| 3.2.2 Контекстная реклама | 1 000 |
| 3.2.3 E-mail реклама | 1 200 |
| 3.2.3 Баннерная реклама | 1 000 |

| | |
|---|---|
| 3.3 Реклама в прочих СМИ | 3 000 |
| Итого: | 101 200 |

Таким образом, суммарные издержки на внедрение возможности совершения платежей и переводов с помощью QR-кодов составляют 101 200 тысяч рублей, из которых 97 700 тысяч рублей составляют расходы на рекламную кампанию. Проведение рекламной кампании подразумевает рекламу на федеральных телеканалах, обладающих наибольшим охватом аудитории. Планируется произвести съёмку рекламного ролика и его трансляцию в течении одного месяца. По завершению рекламного блока на ТВ, предлагается продолжить рекламные кампании в сети интернет и в прочих СМИ, таких как радио и печатные издания. В сети интернет предполагается размещение баннерной рекламы сроком на один год, e-mail рассылка подразумевает распространение более 1,5 миллионов электронных писем ежемесячно. Такое распределение рекламных ресурсов позволит избежать излишнего давления на потенциальных потребителей при условии соблюдения условия по широкому охвату целевой аудитории.

С целью определения потенциальных доходов, которые могут быть получены кредитной организации от данной рекомендации, предлагается использовать информацию об общем количестве клиентов ООО «ХКФ Банк», оплачивающих коммунальные услуги через отделения, которое составляет 5,25 миллионов человек. Рассмотрим пессимистичный, нейтральный и оптимистичный сценарии возможных комиссионных доходов от данной рекомендации, подразумевающих переход клиентов-плательщиков коммунальных услуг из отделений банка в мобильное приложение в размере 10, 20 или 40 процентов соответственно, произведенные расчеты отражены в таблице 23.

Таблица 23 – Экономический результат внедрения системы оплаты коммунальных услуг через мобильное банковское приложение посредством QR-кодов

| Прогноз | Конверсия, в процентах | Количество клиентов, оплачивающих | Планируемые комиссионные доходы, в тысячах рублей | Планируемая годовая прибыль, в |
|---|---|---|---|---|

| | | КУ через мобильное приложение, тысяч клиентов | Ежемесячные | Годовые | тысячах рублей |
|---|---|---|---|---|---|
| Пессимистичный | 10 | 525 | 26 250 | 315 000 | 213 800 |
| Нейтральный | 25 | 1 312 | 65 625 | 787 500 | 686 300 |
| Оптимистичный | 40 | 2 100 | 105 000 | 1 260 000 | 1 158 800 |

Таким образом, можно сделать вывод что даже на основе пессимистичного прогноза, подразумевающего переход лишь 10% клиентов, оплачивающих коммунальные услуги в отделениях, экономический годовой результат составляет 213 800 тысяч рублей. Учитывая данные отчета о финансовых результатах о том, что по итогам 2017 года комиссионные доходы ООО «Хоум энд Финанс Кредит Банк» составили 11 165 963 тысячи рублей можно определить долю потенциального прироста данного показателя. Соотношение между фактически полученными комиссионными доходами и потенциально возможными в результате реализации рекомендации представлено на рисунке 36.

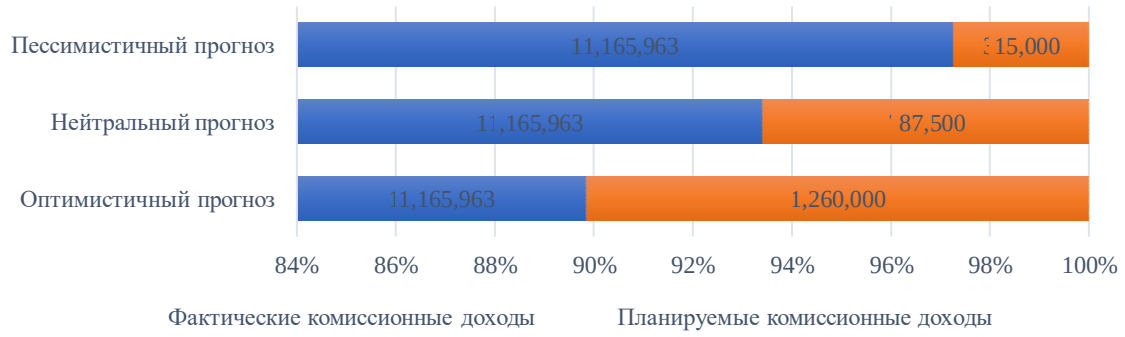



Рисунок 36 – Доля потенциального роста комиссионных доходов ООО «ХКФ Банк» от реализации предложенной рекомендации

Сопоставление потенциальных комиссионных доходов с результатом 2017 года позволяет говорить о том, что в случае наступления пессимистичного прогноза, реализация предложенных рекомендаций позволит увеличить комиссионные доходы ООО «ХКФ Банк» на 2,80%. Для нейтрального и оптимистичного прогнозов рост составит 7,05% и 11,2% соответственно. Таким

образом, данная рекомендация является экономически оправданной. Часть полученного комиссионного дохода может быть потрачена на улучшение трудовых условий сотрудников отдела информационной безопасности с целью повышения безопасности собственных конфиденциальных данных, а также денежных средств кредитной организации.

Дистанционное банковское обслуживание является одним из наиболее перспективных направлений развития современных кредитных организаций. Своевременное и постоянное совершенствование которого позволяет оказывать влияние на различные аспекты устойчивого развития корпорации: как в социальном направлении посредством повышения финансовой грамотности населения и уровня доверия к банкам и потребительской лояльности, так и в экономическом направлении, дистанционное банковское обслуживание представляет собой один из возможных путей повышения финансовой устойчивости. Определенные в результате анализа устойчивости и эффективности дистанционного банковского обслуживания проблемы ООО «ХКФ Банк» были решены посредством совершенствования ДБО, что отражено в таблице 24.

Таблица 24 – Результаты совершенствования дистанционного банковского обслуживания в ООО «ХКФ Банк»

| Проблема | Решение | Результат | |
|---|---|---|---|
| | | Экономический эффект | Социальный эффект |
| Низкий уровень потребительской лояльности | Создание и организация работоспособности SMM отдела | Привлечение как минимум 87 600 новых клиентов по минимальной стоимости привлечения;<br>Минимальное количество прибыли более 15 миллионов рублей за первый год;<br>Улучшения показателей ликвидности путем увеличения количества | Увеличение лояльности действующих клиентов;<br>Рост доверия населения к банку в следствии повышения финансовой грамотности |
| Низкий уровень финансовой грамотности населения | | | |
| Снижение показателей ликвидности | | | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | свободных денежных средств, следовательно, укрепление финансовой устойчивости. | |
| Низкие оценки по результатам исследования «MobileBankingRank 2017» | Внедрение в мобильное приложение функции совершения платежей с помощью QR-кодов | Минимальная годовая прибыль более 200 000 тысяч рублей;<br>Минимальный рост комиссионных доходов – более 2,5%;<br>Снижение нагрузки на операционных сотрудников;<br>Улучшения показателей ликвидности путем увеличения количества свободных денежных средств, следовательно, укрепление финансовой устойчивости. | Возможность совершенствования информационной безопасности без дополнительных затрат;<br>Совершенствование функционала и удобства мобильного приложения;<br>Популяризация систем дистанционного банковского обслуживания. |
| Снижение показателей ликвидности | | | |

Таким образом, можно сделать вывод о том, что предложенные меры по совершенствованию дистанционного банковского обслуживания являются экономически целесообразными и в результате собственной реализации позволяют добиваться как экономического эффекта, положительно сказывающегося на уровне финансовой устойчивости кредитной организации, так и социального, эффект которого оказывает положительное влияние на действующих и потенциальных клиентов банка.

# ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Актуальность исследования вопроса совершенствования дистанционного банковского обслуживания с целью устойчивого развития современной кредитной организации находит своё подтверждение в ходе настоящего исследования.

Анализ эволюции концепции устойчивого развития, проводимый в рамках решения первой задачи настоящей работы, позволил выделить существующие подходы к трактовке данного понятия, этапы развития, а также тенденции к переходу концепции с макроуровня на уровень современных корпораций, и бизнеса в решение национальных и глобальных проблем. Определенный в результате данного исследования триединый подход к концепции устойчивого развития необходимо рассматривать, как основополагающий при определении и совершенствовании устойчивого развития организаций, в том числе и кредитных. Отличительной чертой данного подхода является взаимозависимость и

невозможность независимого развития трёх аспектов: экономического, экологического и социального.

Дистанционное банковское обслуживание – это термин, характеризующий предоставление кредитными организациями услуг, на основании распоряжений, полученных от клиентов любым способом, не предусматривающим визит клиента в отделение банка. Развитие данного направления банковской деятельность полностью соответствует триединому подходу к концепции устойчивого развития: позволяет использовать финансовые ресурсы кредитной организации наиболее оптимальным способом, оказывает социальный эффект путем повышения финансовой грамотности населения и экологический – благодаря сокращению доли бумажного документооборота и отсутствия у клиентов банка необходимости личного посещения дополнительных офисов с целью совершения банковских операций. На сегодняшний день, возможность полноценного банковского обслуживания удаленным способом привело к необходимости создания юридических средств и методов для целенаправленного контроля и воздействия на них. Так, в ходе решения первой задачи были рассмотрены нормативно-правовые документы, регулирующие сферу удалённой передачи распоряжений по управлению банковскими счетами, такие как: Федеральные законы, Стандарт безопасности, положения и письма Центрального Банка.

Несмотря на то, что интернет-технологии используются в банковской сфере достаточно давно, и в ряде стран получили большую популярность, в России по-прежнему остаются большие перспективы для их массового внедрения. С целью определения текущей эффективности реализуемой технологии дистанционного банковского обслуживания была произведена оценка данного направления банковской деятельности посредством обращения к авторитетным исследованиям в области мобильного банкинга, а также путем сравнения с конкурентами и лидерами отечественного дистанционного банковского обслуживания. В результате проведения данного анализа были сделаны выводы о недостаточном внимании ООО «ХКФ Банк» к деятельности в таком перспективном современном

направлении, как развитие фирменных групп в социальных сетях. Также были определены недостатки в реализуемом банком мобильном банковском приложении. В ходе решения второй задачи настоящей работы была произведена оценка уровня финансовой устойчивости ООО «ХКФ Банк». Проведенный анализ позволяет говорить о том, что данный показатель имеет тенденцию к снижению в динамике последних трёх лет, однако не достигает кризисных значений.

Сопоставление между собой результатов анализа устойчивости ООО «ХКФ Банк» и эффективности систем дистанционного банковского обслуживания позволило сформулировать рекомендаций, основной задачей которых являлось устойчивое развитие кредитной корпорации путем совершенствования дистанционного банковского обслуживания.

Таким образом, в рамках решения третьей задачи настоящей работы было предложено к созданию новое структурное подразделение кредитной организации, целью которого будет являться повышение финансовой грамотности население, увеличение как действующих клиентов банка, так и потенциальных, а также повышение уровня доверия населения к кредитным организациям. Анализ эффективности, предложенной рекомендаций позволяет сделать вывод о том, что данные меры являются экономически оправданы уже в первый год своей реализации, хотя основной доход будет получен в долгосрочной перспективе.

В рамках совершенствования мобильного банкинга ООО «ХКФ Банк» была предложена к внедрению технология совершения платежей посредством кодирования платежных реквизитов с помощью QR-кодов. Банком России было отмечено, что данная технология уже успешно реализована во многих зарубежных странах, является эффективной и пользуется широкой популярностью. Одной из основных причин, которые объясняют необходимость создания такой возможности являются объёмы платежей населения за жилищно-коммунальные услуги, оплата которых на сегодняшний день, в основном, производится в дополнительных офисах банка. Таким образом, внедрение данной технологии позволяет снижать нагрузку с операционных сотрудников,

оптимизировать издержки кредитной организации, повышать функциональность и удобство мобильного банкинга, а также повышать комиссионный доход кредитной организации, рост которого способствует росту устойчивости современной корпорации.

Таким образом, предложенные рекомендации являются экономически оправданными и позволяют стимулировать устойчивое развитие ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк», следовательно, задачи, поставленные в работе выполнены, цель достигнута.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

### Законодательно-нормативные документы


1 Федеральный закон от 19 июня 1996 г. № 78-ФЗ «Об основах государственного регулирования социально-экономического развития Севера Российской Федерации»

2 Федеральный закон от 27 июня 2011 г. № 161-ФЗ «О национальной платежной системе»

3 Стандарт Банка России «Обеспечение информационной безопасности организаций банковской системы Российской Федерации»

4 Письмо Банка России от 30.08.2006 № 115-Т. «Об исполнении Федерального закона «О противодействии легализации (отмыванию)

доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» в части идентификации клиентов, обслуживаемых с использованием технологий дистанционного банковского обслуживания (включая интернет-банкинг)»

5 Письмо Банка России от 05.04.2007 № 44-Т. «О проверке осуществления кредитными организациями идентификации клиентов, обслуживаемых с использованием технологий дистанционного банковского обслуживания (включая интернет-банкинг)»

6 Письмо Банка России от 27.04.2007 № 60-Т. «Об особенностях обслуживания кредитными организациями клиентов с использованием технологии дистанционного доступа к банковскому счету клиента (включая интернет-банкинг)»

7 Письмо Банка России от 07.12.2007 № 197-Т. «О рисках при дистанционном банковском обслуживании»

8 Письмо Банка России от 31.03.2008 № 36–Т. «О Рекомендациях по организации управления рисками, возникающими при осуществлении кредитными организациями операций с применением систем Интернет-банкинга»

9 Письмо Банка России от 30.01.2009 № 11-Т. «О рекомендациях для кредитных организаций по дополнительным мерам информационной безопасности при использовании систем интернет-банкинга»

10 Письмо Банка России от 26.10.2010 № 141-Т. «О Рекомендациях по подходам кредитных организаций к выбору провайдеров и взаимодействию с ними при осуществлении дистанционного банковского обслуживания»

11 «Положение о порядке ведения кассовых операций и правилах хранения, перевозки и инкассации банкнот и монеты Банка России в кредитных организациях на территории Российской Федерации» (утв. Банком России 24.04.2008 № 318-П) (ред. от 16.02.2015) (Зарегистрировано в Минюсте России 26.05.2008 № 11751)

Internet-источники

12 Аналитика [Электронный ресурс]. // Официальный сайт Ассоциации Компаний Интернет Торговли (АКИТ) [Режим доступа] – http://www.akit.ru (Дата обращения 14.03.2018).

13 Азовский Центр – Владимир Лагутов – Бассейновая концепция устойчивого развития как основа сохранения биоразнообразия и глобального управления [Режим доступа] – http://www.azovcenter.ru/articles/basseinovaya-kontseptsiya-ustoichivogo-razvitiya-kak-osnova-sokhraneniyabioraznoobraziya-i(Дата обращения: 28.02.2018)

14 Банки.ру Информационный портал: банки, вклады, кредиты, ипотека, рейтинги банков России. –[Режим доступа]: http://www.banki.ru/banks/bank/tcs/(Дата обращения 03.05.2018)

15 Ведомости – новости бизнеса и финансов, аналитика, смарт-версия газеты. – [Режим доступа]: https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2016/09/07/655969-tinkoff-bank (Дата обращения 04.05.2018)

16 Всероссийский Центр Изучения Общественного Мнения. –[Режим доступа: https://wciom.ru/(Дата обращения: 02.05.2018)

17 ДБО – системы дистанционного банковского обслуживания (рынок России) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.tadviser.ru/index.php

18 Информация о регистрации и лицензировании кредитных организаций [Электронный ресурс]. // Статистика Центрального Банка. – Электрон. дан. – М., 2017 – URL: https://www.cbr.ru/statistics (дата обращения 14.03.2018)

19 Исмагилов Р. Академик Валентин Коптюг и концепция устойчивого развития // Наука в Сибири. № 23-24 (2558- 2559) 8 июня 2006 г. С. 8. или http://www-sbras.nsc.ru/HBC/article.phtml?nid=379&id=10 4 JSTOR – Robert Costanza; Herman E. Daly – Natural Capital and Sustainable Development [Электронныйдоступ] – http://biology.duke.edu/wilson/EcoSysServices/papers/CostanzaDaly1992.pdf

20 Карты с пользой – Банк Хоум Кредит. Режим доступа: https://polza.homecredit.ru/(Дата обращения: 15.04.2018)

21 Краткий словарь терминов [Электронный доступ] – http://www.worldbank.org/depweb/beyond/mirross/glossary.html

22 Количество счетов с дистанционным доступом, открытых в кредитных организациях [Электронный ресурс]. // Статистика Центрального Банка России. – Электрон. дан. – М., 2018 – URL: https://www.cbr.ru/statistics (дата обращения 13.03.2018).

23 Министерство сельского хозяйства Российской Федерации (официальный интернет-портал) Концепция устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации на период до 2020 года (30 ноября 2010, № 2136-р) [Электронный доступ] – http://www.mcx.ru/documents/document/show_print/14914.142.htm

24 Министерство финансов Российской Федерации: Оценка уровня финансовой грамотности населения. –Режим доступа:https://www.minfin.ru/ru/om/fingram/directions/evaluation/?id_57=58245&page_id=1823&popup=Y&area_id=57(Дата обращения: 31.03.2018)

25 НАФИ – Аналитический центр https://nafi.ru/(Дата обращения: 30.03.2018)

26 НАФИ – Уровень лояльности клиентов к основному банку снижается. – Режим доступа:https://nafi.ru/analytics/uroven-loyalnosti-klientov-osnovnomu-banku-snizhaetsya/(Дата обращения 10.04.2018)

27 Немного о проблемах ДБО – Bankir.ru. –Режим доступа: http://bankir.ru/publikacii/20120416/nemnogo-o-problemakh-dbo-10001527/(Дата обращения: 16.04.2018)

28 Основные показатели развития национальной платежной системы [Электронный ресурс]. // Статистика Центрального Банка. – Электрон. дан. – М., 2018 – URL: https://www.cbr.ru/statistics (дата обращения 13.03.2018).

29 Рейтинговое агентство RAEX («Эксперт РА»). –Режим доступа: https://raexpert.ru/database/companies/hkf_bank(Дата обращения: 01.04.2018)

30 Смартфоны: Рынок России. –Режим доступа: http://www.tadviser.ru/ (Дата обращения 06.04.2018)

31 Центральный Банк Российской Федерации: Обзор международного опыта использования QR-кодов в финансовом секторе. –Режим доступа: http://www.cbr.ru/content/document/file/36011/rev_qr.pdf (Дата обращения: 01.05.2018)

32 International Data Corporation: The premier global market intelligence firm. – Режимдоступа: https://www.idc.com/ (Датаобращения : 05.04.2018)

33 MobileBankingRank 2016 [Электронный ресурс]. // Аналитическое агентство MarkswebbRank&Report – Электрон. дан. – М., 2017 – URL: http://markswebb.ru/e-finance/mobile-banking-rank-2016/ (дата обращения 13.03.2018).

## КНИГИ И СТАТЬИ

34 Андреев А. П., Болвачев А. И. Дистанционное банковское обслуживание: практическое руководство// Кнорус. -2010. -73-94.

35 Анпилов, С. М. Систематизация внутренних факторов, сдерживающих устойчивое развитие современного предприятия / С. М. Анпилов // Вестник Самарского государственного университета. –2012. –№ 4 (95). – С. 4-10.

36 Большаков, Б. Е. Как измерить устойчивое развитие / Б. Е. Большаков // Вестник РАЕН. –2004. –№ 6. –С. 70-83.

37 Вершинина Т.Р., Жданова Н.В. Оценка финансовой устойчивости банковского сектора, основанная на макроприденциальных показателях

деятельности // Сборник трудов по материалам I международной практической конференции «Социально-экономическое и научно-технологическое развитие: прогноз и перспективы». – 2016. – С. 23-31.

38 Гранберг, А. Г., Данилов-Данильян, В. И. Стратегия и проблемы устойчивого развития России в XXI веке / А. Г. Гранберг, В. И. Данилов-Данильян. –М.: Экономика, 2002

39 Гузеева, Ю.В. Особенности формирования лояльности клиентов в современных банках / Ю.В. Гузеева // Финансы и кредит, 2016. – Июнь.

40 Действующее международное право. Т. 3.- М.: Московский независимый институт международного права, 1997 г., С. 682-687.

41 Данилов, А. А. Факторы, влияющие на устойчивое развитие промышленных предприятий и пути его достижения / А. А. Данилов // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. –2015. –№ 8(1). –С. 157-160.

42 Деднев, М.А. Защита информации в банковском деле и электронном бизнесе: учебное пособие / Деднев М.А., Дыльнов Д.В., Иванов М.А. – М.: КУДИЦ-ОБРАЗ, 2014. – 312 с.

43 Ермаков, С.Л. Основы организации деятельности коммерческого банка:учебник / Ермаков С.Л., Юденков Ю.Н. – М.: КНОРУС, 2012. – 235 с.

44 Зарипов, И.А. Интернет-банкинг в Российской Федерации: первые итоги и перспективы / Зарипов И.А. // Расчеты и операционная работа в коммерческом банке: сб. научн. тр. – М.: изд. Издательский Дом «Регламент», 2015. – №7–8. – С. 23-29.

45 Кондаурова, Д. С. Систематизация факторов обеспечения устойчивого развития промышленного предприятия / Д. С. Кондаурова // Экономика и предпринимательство. –2015. –№ 1(54). –С. 693-697

46 Конеев, И.Р. Информационная безопасность предприятия: учебное пособие /Конеев И.Р., Беляев А.В. – СПб.: БХВ-Петербург, 2013. – 347 с.

47 Костина Г., Оганесян Т. Мало не покажется // Эксперт. № 16. 23–29 апреля 2012. С. 66.

48 Конеев, И.Р. Информационная безопасность предприятия: учебное пособие /Конеев И.Р., Беляев А.В. – СПб.: БХВ-Петербург, 2013. – 347 с.

49 Крюков, Г.Н. Особенности банковского документооборота / Крюков Г.Н. //Банковские технологии: научный журнал – М.: издательский дом «ФИНАНС МЕДИА», 2014. – №3. – С. 14–18.

50 Лайкова, А.А. Дистанционное банковское обслуживание / А.А. Лайкова, Т.Г. Долгова // Финансы и кредит, 2016.

51 Лямин, Л.В. Анализ факторов риска, связанных с интернет-банкингом /Лямин Л.В. // Расчеты и операционная работа в коммерческом банке: сб. научн. тр.– М.: изд. Издательский Дом «Регламент», 2015. – №1–4. – С.41-43.

52 Дистанционное банковское обслуживание / Лямин Л.В. [и др.]. – М.: КНОРУС|ЦИПСиР, 2011. – 328с.

53 Макаров, С.Ю. Банковские операции инновационного вектора развития /Макаров С.Ю. // Ориентр: теоретический и научно-практический журнал. – М.: изд.«Красная звезда», 2014. – №5 – С. 19.

54 Максимова, В. Рыночная экономика: учебник / Максимова В., Шишов А. –М.: «СОМИНТЕК», 2013. – 368 с.

55 Медоуз Д. Пределы роста / Д. Медоуз, Й. Рендерс, Д. Медоуз, В. Беренс. М.: Изд-во МГУ, 1999

56 Месарович, М. Поиск новой парадигмы для глобальной проблематики / М.Месарович // Глобальная проблематика: Научные исследовательские дискуссии. М.: Прогресс, 1991. – 255 с.

57 Моисеев Н.Н. С мыслями о будущем России / М.: Фонд содействия развитию соц. и полит. наук, 1997. – 210 с.

58 Мохов, В.Г. Роль банковской сферы в устойчивом развитии социально-экономических систем / В.Г. Мохов, В.Е. Пономарев. // Управление

инвестициями и инновациями, 2018. - № 1 - С. 90-94.

59 Мухин Ю. П. и др. Устойчивое развитие. Экологическая оптимизация агро- и урболандшафтов. Волгоград: Изд- во Вол-ГУ, 2002. стр. 69

60 Мячин Ю.В. Устойчивое развитие: теория и практика / Ю.В. Мячин, В.П. Попков // ВЕСТНИК ИНЖЭКОНА. Серия «Экономика». -2005. -Вып.4. - С. 239-246

61 Наше общее будущее: Доклад Международной комиссии по окружающей среде и развитию (МКОСР) : пер. с англ.; под ред. С. А. Евтеева и Р. А. Перелета – М. : Прогресс, 1989. – 372 с.

62 Пахомова, Н. В., Рихтер, К. К. Корпоративная социальная ответственность и устойчивое развитие: опыт ЕС, специфика Германии / Н. В. Пахомова, К. К. Рихтер // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 5: Экономика. –2013. –№ 2. –С. 30-48.

63 Печчеи А. Человеческие качества / А. Печчеи. - М. : Прогресс, 1985. – 302 с.

64 Розенберг Г. С. Крутые ступени перехода к устойчивому развитию / Г. С. Розенберг, Д. Б. Гелашвили, Г. П. Краснощеков //Вестник РАН, 1996.-С. 436-441

65 Рязанов, В.Т. Неустойчивый экономический рост как «новая нормальность»?/ В. Т. Рязанов // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 5: Экономика. –2013. –№ 4. –С.3-34.

66 Серия «Банковское дело»: в 5 т. Том 4. Банковский маркетинг. Учебник Авторы: Под ред. Ровенского Ю.А., Наточеевой Н.Н. 567 с.

67 Платное обслуживание населения в России. 2017: Стат. сб./ П37 Росстат. – М., 2017. – 110 с.

68 Светлакова, О. А. Факторы устойчивого развития предприятий в современных условиях / О. А. Светлакова // Научный Обозреватель. – 2016. –№ 12 (72). –С. 23-24.

69 Банковский менеджмент. Учебник Секерин В.Д. Издательство

«Проспект», 9 июл. 2015 г. – 169 с.

70 Тедеев, А.А. Электронные банковские услуги: учебное пособие / Тедеев А.А.– М.: Изд-во Эксмо, 2015. – С. 49.

71 Трофимов Д.В. Самоорганизующиеся системы: управление продажами розничных банковских услуг // Российское предпринимательство. – 2012. – № 21 (219). – С. 88-92.

72 Уроженко, В. Что мешает интернет-банкингу в России?/ Уроженко В. //Банковское дело в Москве: тематический журнал. – М.: Издательский Дом «Регламент». 2015. – №12 – С. 32-33

73 Урсул А.Д. Обеспечение национальной безопасности через приоритеты устойчивого развития // NB: Национальная безопасность. – 2013. - № 1. – С.1-61.

74 Урсул А. Д. На пути к устойчивому будущему / А. Д. Урсул, А. Л. Романович// Устойчивое развитие. Наука и практика. — 2002, № 1.

75 Фуруботн, Э. Г. Институты и экономическая теория : достижения новой институцион. экон. теории / Э. Г. Фуруботн, Р. Рихтер. Пер.с англ. под ред. В. С. Катькало, Н. П. Дроздовой. –СПб.: Издат. дом С.-Петерб. гос. ун-та, 2005. –702 с.

76 Шустов, А.А. Инновационная деятельность в банковской сфере. Электронные инновации/ А.А. Шустов // Молодой ученый: тематический журнал.– изд. «Молодой ученый». 2015. – №9 – С. 269-275.

77 Шумпетер Й. Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры): пер.с англ. – М.: Прогресс, 1982. — 455 с.12 Марфенин Н. Н. Концепция «устойчивого развития» в развитии / Н. Н. Марфенин // Россия в окружающем мире: 2002 (Аналитический ежегодник). – М.: Изд-во МНЭПУ, 2002. – 336 с. - с.21

78 Юденков, Ю.Н. Управленческий учет и внутренний контроль в коммерческом банке: учебное пособие / Юденков Ю.Н. – М.:

Инсвязьиздат., 2013.– 157 с.

79 Юдин В.В. Перспективы дистанционного банковского обслуживания физических лиц // Банковские услуги. – 2008. - № 2. – С. 17-24.

80 Elkington J. 1994. Towards the Sustainable Corporation: Win-Win-Win Business Strategies for Sustainable Development. California Management Review 36(2): 90-100 p. – p. 90

81 Keeble J.J., Topiol S., Berkeley S. Using Indicators to Measure Sustainability Performance at a Corporate and Project Level. Journal of Business Ethics. Vol. 44, 2003, p.149-158

82 Mesarovic M. and Pestel E. Mankind at the Turning Point: The Second Report to the Club of Rome. New-York: E. P. Dutton and Co. Inc., 1974