

УРОВЕНЬ ВНЕДРЕНИЯ ДИСТАНЦИОННОГО БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В КОММЕРЧЕСКИХ БАНКАХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Грудницкая Е.Н

Научный руководитель - Петрукович Н.Г, доцент, к.э.н.

Полесский государственный университет, Пинск, Беларусь, katu_grudnitskaya@mail.ru

Эволюция банковской системы в сторону дистанционной модели банковского обслуживания обусловлена рядом объективных особенностей экономической и социальной среды, в которой существуют банки, и в первую очередь - изменениями в образе жизни людей, внедрением новых информационных технологий и автоматизацией банковских операций. Особое влияние оказывают растущая конкуренция, фактор времени, развивающиеся средства коммуникации. Ввиду сильнейшего развития информационных технологий банки стремятся приблизиться к клиенту за счет внедрения передовых достижений науки и техники, реализованных в различных методах дистанционного банковского обслуживания, при этом банками должны соблюдаться такие условия, как удобство работы клиента с банковскими продуктами, быстрый доступ к банковским услугам и скорость реализации услуг. В связи с этим исследование развития услуг дистанционного банковского обслуживания (далее – ДБО) является весьма актуальным.

Рассмотрим основные этапы оценки уровня внедрения ДБО в белорусских коммерческих банках:

1) *Определение цели исследования.* Цель данного исследования заключается в оценке уровня внедрения ДБО для определения конкурентных позиций коммерческих банков в данном сегменте банковского рынка и принятия стратегических решений по формированию портфеля дистанционных банковских продуктов.

2) *Определение показателей развития дистанционной банковской услуги (далее – ДБУ).* Конкуренция в банковской сфере, потенциал рынка ДБО, степень применения ИКТ в процессе оказания банковских услуг оказывают значительное влияние на развитие ДБО и повышение эффективности работы финансово-кредитных институтов. Для обеспечения цели настоящего исследования разработаны модели следующих показателей развития ДБУ:

- *уровень внедрения ДБО (KVi) в i -ом банке:*

$$KVi = \frac{Si}{n}$$

где S_i – количество ДБУ, предлагаемых i -м банком,

$S_i \leq n$, n – общее количество ДБУ

- *уровень внедрения ($KDBSj$) j -й услуги на рынке ДБО (объем рынка ДБУ):*

$$KDBSj = \frac{Kj}{k}$$

где K_j – количество банков, предоставляющих j -ю ДБУ,

$K_j \leq k$; k – общее количество банков.

- *уровень внедрения ($KDBSEj$) j -й услуги на рынке банков-эмитентов пластиковых карточек:*

$$KDBSEj = \frac{KEj}{ke}$$

где KE_j – количество банков-эмитентов, предоставляющих j -ю ДБУ,

$KE_j \leq ke$; ke – общее количество банков- эмитентов.

3) *Проведение оценки уровня внедрения ДБО.* В процессе исследования был проведен мониторинг доступных по состоянию на 01.11.2017 г. официальных сайтов 24 коммерческих белорусских банков, среди которых 22 банка являются банками-эмитентами банковских платежных карточек (далее – БПК).

На основе бинарной оценки («+/-») предложений коммерческих банков по ДБО по формулам 1-3 рассчитываются уровни внедрения ДБУ среди общего количества банков ($KDBS_j$) и банков-эмитентов ($KDBSE_j$), а также уровень внедрения ДБО (KB_i) в каждом банке. В зависимости от значения последнего показателя определяются конкурентные позиции банков на рынке ДБО: «Лидеры», если $KB_i \in [0.75; 1]$; «Кандидаты», если $KB_i \in [0.5; 0.75]$; «Претенденты», если $KB_i \in [0.25; 0.5]$; «Аутсайдеры», если $KB_i \in [0; 0.25]$ [4]. Результаты исследования размещены в таблице 1.

Таблица 1 – Результаты исследования уровня внедрения ДБО в определенном банке на дату 01.11.2017 г.

Уровня внедрения	Лидеры	Кандидаты	Аутсайдеры	Доля группы банков в общем количестве банков, %
1	ОАО "Белагропромбанк" ОАО "Белинвестбанк" ОАО "БПС-Сбербанк" "Приорбанк" ОАО ЗАО "Банк ВТБ (Беларусь) "			37,5
0,88	ОАО "АСБ Беларусбанк", ЗАО "МТБанк" , ОАО "Технобанк" ЗАО "БТА Банк"			
0,75		ОАО "Паритетбанк" ОАО "Банк БелВЭБ", ОАО "БНБ–Банк", ЗАО "РРБ–Банк", ЗАО "Банк "Решение", ЗАО "Альфа–Банк", ОАО "Банк Москва–Минск", ЗАО "БСБ Банк", ЗАО "Идея Банк", ЗАО "Цептер Банк"		54,2
0,625		ОАО "Белгазпромбанк" Франсабанк" ОАО ОАО "СтатусБанк"		

0,25			ЗАО "АБСОЛЮТ- БАНК"	8,3
0,125			ЗАО "ТК Банк"	

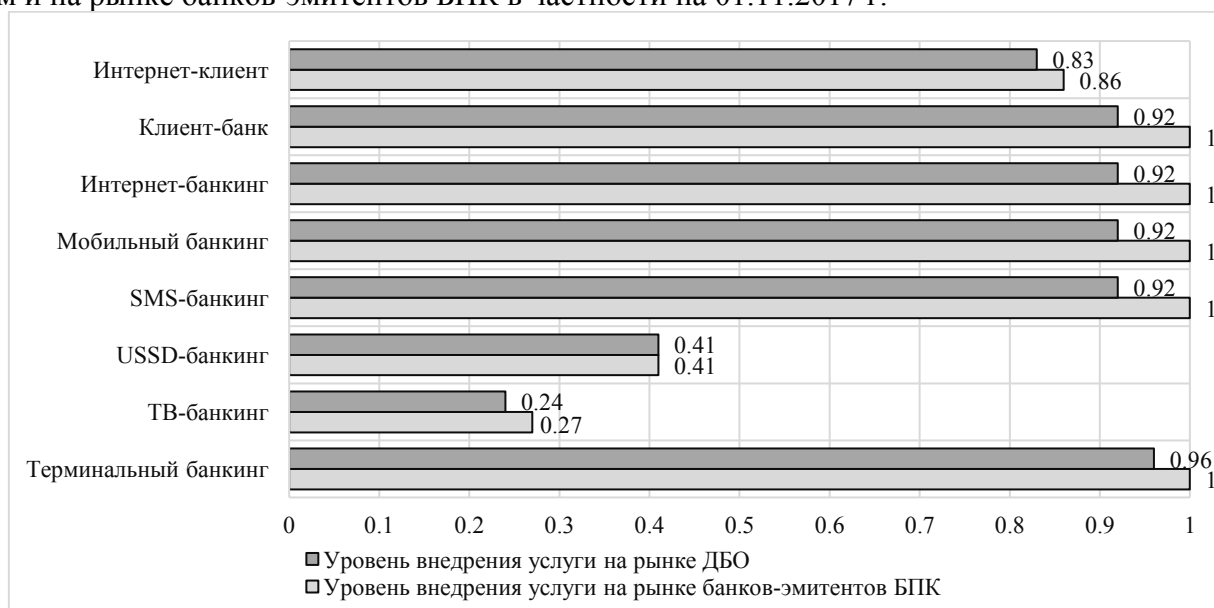
Анализ конкурентных позиций банков по уровню внедрения ДБО из таблицы 1 показал, что абсолютным лидером по ДБО клиентов в Республике Беларусь по состоянию на 01.11.2017 г. являются ОАО "Белагропромбанк", ОАО "Белинвестбанк", ОАО «БПС-Сбербанк», "Приорбанк" ОАО и ЗАО Банк ВТБ (Беларусь) которые оказывают все виды ДБУ, уровень внедрения ДБО равен 1.

В группу «Лидеры» также входят следующие банки: ОАО "АСБ Беларусбанк", ЗАО "МТБанк", ОАО "Технобанк", ЗАО "БТА Банк", - уровень внедрения ДБО равен 0,88. В группу «Кандидаты» входят ОАО "Паритетбанк", ОАО "Банк БелВЭБ", ОАО "БНБ–Банк", ОАО "Белгазпромбанк", ЗАО "РРБ–Банк", ЗАО "Банк "Решение" и другие, уровень внедрения ДБО в которых равен 0,75, также банки с уровнем внедрения 0,625 это ОАО "Белгазпромбанк", Франсабанк" ОАО и ОАО "СтатусБанк". К группе «Аутсайдеры» относятся ЗАО "АБСОЛЮТБАНК" и ЗАО "ТК Банк" с уровнем внедрения ДБО соответственно 0,25 и 0,125.

Удельный вес каждой группы банков составляют следующие значения: «Лидеры» – 9 банков, 37,5 %; «Кандидаты» – 13 банков, 54,2 %; «Аутсайдеры» – 2 банка, 8,3 %.

Далее следует рассчитать по формулам 2 и 3 уровни внедрения ДБУ среди общего количества банков (KDBSj) и банков-эмитентов (KDBSEj). Полученные результаты наглядно представлены на рисунке 1.

Рисунок 1 – Результаты исследования уровня внедрения конкретной ДБУ на рынке ДБО в целом и на рынке банков-эмитентов БПК в частности на 01.11.2017 г.



На рисунке 1 оценка предложений белорусских банков по ДБО проводилась по двум срезам: среди всех коммерческих банков и среди банков-эмитентов пластиковых карточек. Можно отметить, что уровень внедрения ДБУ в банках-эмитентах БПК выше. Это определяется тем, что такие банки как ЗАО "АБСОЛЮТ-БАНК" и ЗАО "ТК Банк", которые не являются эмитентами, специализируются в основном на обслуживании корпоративных клиентов, следовательно, они предоставляют для своих клиентов только системы Интернет-клиент и Клиент-банк. К тому же, наличие единиц программно-технической инфраструктуру у ЗАО "АБСОЛЮТ-БАНК" сводится к 1.

Также из рисунка 1 следует, что высокий уровень внедрения таких систем, как Клиент-банк, Интернет-банкинг, Мобильный банкинг, SMS-банкинг и терминальный банкинг (100 %) на рынке банков-эмитентов связан прежде всего с достаточно длительным доминированием

данных услуг на рынке ДБО, распространенностью стационарных и мобильных телефонов, низкой стоимостью обслуживания, а также отсутствием необходимости каких-либо специальных навыков для совершения определенных операций.

Достижение высокого уровня распространения услуги Клиент-банк было связано с необходимостью оптимизации взаимодействия банка и юридических лиц. При увеличении объема услуг розничного бизнеса, быстром росте развития ИКТ и их применении в жизни и практике, белорусские банки начали активно внедрять новые технологии ДБО физических лиц, такие как Интернет-, мобильный и SMS-банкинг. По произведенным расчетам следует, что уровень внедрения услуг Интернет-клиент, USSD-банкинг и ТВ-банкинг на рынке банков-эмитентов равен 86,4%, 41% и 27% соответственно.

4) *Анализ потенциального количества пользователей конкретной ДБУ* Для расчета потенциальных клиентов возьмем в анализ такие ДБУ, как Интернет-банкинг, Мобильный банкинг, SMS-банкинг, USSD-банкинг и ТВ-банкинг. Оценить насколько полно используются ДБУ можно лишь при изучении и количества потенциальных пользователей данными услугами и их сравнении с активными пользователями.

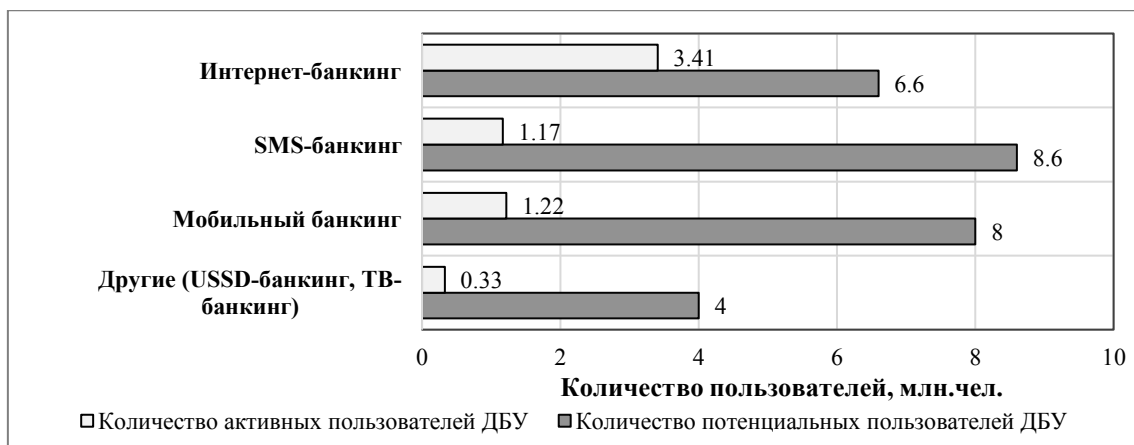
Для изучения потенциального рынка конкретной ДБУ используем формулы, размещенные в таблице 2.

Таблица 2 – Формулы для расчета показателей потенциала сегментов рынка ДБО.

Показатель	Формула расчета	Условные обозначения
Потенциал рынка ДБУ «SMS- банкинг»	$P1 = \sqrt[3]{k1 * k2 * k3}$	k1 – численность экономически активного населения;
Потенциал рынка ДБУ «Интернет - банкинг»	$P2 = \sqrt[4]{k1 * k2 * k4 * k5}$	k2 – количество эмитированных банковских пластиковых карточек;
Потенциал рынка ДБУ «Мобильный банкинг»	$P3 = \sqrt[4]{k1 * k2 * k3 * k6}$	k3 – количество абонентов сотовой подвижной электросвязи;
Потенциал рынка ДБУ «USSD-банкинг»	$P4 = \sqrt[3]{k1 * k2 * k3}$	k4 – количество пользователей сети интернет;
Потенциал рынка ДБУ «ТВ-банкинг»	$P5 = \sqrt[3]{k1 * k2 * k7}$	k5 – количество абонентов стационарного широкополосного доступа в сеть интернет;
		k6 – количество абонентов мобильного широкополосного доступа в сеть интернет;
		k7 – количество абонентов IP-TV;

На основе источников [1], [2], [3] рассчитаем необходимые показатели. Результаты расчета представим в графическом варианте (рисунок 2)

Рисунок 2 – Соотношение количества активных и потенциальных пользователей ДБУ на дату 01.01.2017 г.



Из рисунка 2 видно насколько используются услуги ДБО в Республике Беларусь. Стоит отметить, что количество потенциальных пользователей в разы превышает то количество пользователей, который в настоящий момент активно их используют. Так, например, количество пользователей Интернет-банкинга могло бы быть около 6,6 млн. чел, что почти на половину превышает сегодняшний уровень. Или же такая услуга, как Мобильный банкинг, получившая довольно высокое признание со стороны белорусского населения, особенно за последний год, - уровень потенциальных пользователей достигает 8 млн. чел, что в 6,5 раз превышает настоящее их количество.

Такие услуги, как USSD-банкинг и ТВ-банкинг могут иметь тоже намного больше пользователей, чем в настоящий момент – почти в 12 раз.

Данное исследование говорит о том, что банкам еще придется поработать как над усовершенствованием данных услуг, что проявляется в более удобном их использовании, так и над условиями их предоставления.

Для еще большего наращивания клиентской базы, касаясь услуг удаленного доступа, банками постоянно проводится работа по оптимизации СДБО в целях увеличения скорости обслуживания клиентов, расширения функционала, увеличении безопасности совершаемых операций клиентов, результатом чего является повышение доверия населения к СДБО, а это в свою очередь гарантирует стабильный рост безналичных операций посредством данных систем, что является одной из важных целей платежной системы Республики Беларусь.

Список литературы:

1. Официальный сайт Национального банка Республики Беларусь [Электронный ресурс] / О банке. – Режим доступа: www.nbrb.by – Дата доступа: 10.11.2017.
2. Оперативно-аналитический центр при Президенте Республики Беларусь – официальный сайт [Электронный ресурс] / Анализ состояния рынка передачи данных. – Режим доступа: <http://oac.gov.by/ikt/regulator/analysis.html>. – Дата доступа: 10.11.2017
3. Официальный сайт Министерства связи и информатизации Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Развитие связи и внедрение новых информационных технологий в Республике Беларусь: итоги 9 месяцев. – Режим доступа: <http://www.mpt.gov.by/ru/news/27-10-20116-1254>. – Дата доступа: 10.11.2017
4. Забродская, К.А. Оценка конкурентоспособности инфокоммуникационных услуг / К.А. Забродская // Журнал «Вестник связи». – №2, 2011. – С. 25-31.