

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования

**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра туризма и культурного наследия

Совершенствование сервисных услуг в процессе интернет-банкинга на  
примере ПАО «Сбербанк России»

АВТОРЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ

Студента 2 курса 268 группы

направления 43.04.01 «Инновационный сервис»

Института истории и международных отношений

Михайлова Антона Сергеевича

Научный руководитель  
доцент, к.э.н., доцент

\_\_\_\_\_  
должность, уч. степень, уч. звание

Е.В. Иванова

\_\_\_\_\_  
инициалы, фамилия

Зав. кафедрой  
проф., д.э.н., профессор

\_\_\_\_\_  
должность, уч. степень, уч. звание

Т. В. Черевичко

\_\_\_\_\_  
инициалы, фамилия

Саратов 2023

**Введение.** В современных реалиях и условиях экономики банкам вынужденно приходится искать новые подходы к предоставлению своих услуг, в первую очередь это связано с трансформацией банковской деятельности из-за внедрения новейших информационных технологий. Одним из таких способов является Интернет-банкинг, который позволяет банкам не только расширить свою клиентскую базу, сократить издержки на ведение бизнеса, но и обеспечить развитие финансовых секторов экономики.

Если опираться на зарубежную терминологию (e-banking или Internet banking), то Интернет-банкинг – это один из видов электронной коммерции, при котором в дистанционном формате кредитной организацией предоставляются банковские услуги с использованием сети Интернет как канала удалённого обслуживания клиентов. При такой форме обслуживания доступ к счетам и операциям предоставляется в любой момент с любого компьютера или мобильного устройства, которое имеет доступ в Интернет.

Распространение интернет-банкинга связано с большим количеством объективных причин. К таковым можно отнести высокую конкуренцию на российском рынке банковских услуг, активность зарубежных банков, санкции стран Запада. Все эти обстоятельства дают повод для банков находить менее затратные способы предоставления своих услуг и взаимодействия с клиентами. Стоит также выделить ещё одну причину, это широкий спектр, предоставляемых услуг банками через интернет сервисы. Всё вышеперечисленное подтверждает тот факт, что выбранная тема является актуальной в наше время. Это также может подтвердить повышение спроса на потребление дистанционных банковских услуг.

Особенности интернет-банкинга и дальнейших тенденций его развития в своих работах рассматривали такие деятели как: Альберт В.А, Кравченко Ю.О, Кудряшов В.С., Загоскина Е.О., Лямин, Л.В., Назаренко, В. А.

Целью данной работы является разработка рекомендаций по совершенствованию предоставления сервисных услуг в процессе интернет-банкинга ПАО «Сбербанк России». Задачи работы: выявить основные понятия

и сущность сервисных услуг в интернет-банкинге; определить то, как развивался информационный рынок и виртуализация бизнес процессов; проанализировать современное состояние рынка финансовых технологий в РФ; проанализировать ключевые показатели деятельности ПАО «Сбербанк России» и дать им характеристику; выявить особенности интернет-банкинга и сервисных услуг, которые предоставляет ПАО «Сбербанка России»; определить проблемы, которые могут возникнуть в процессе интернет-банкинга в ПАО «Сбербанк России», а также предложить решения для их устранения; проанализировать основных конкурентов Сбербанка в сфере интернет-банкинга; Обоснование предлагаемых решений. Объектом исследования является ПАО «Сбербанк России». Предметом исследования выступают сервисы, которые предоставляются в рамках пользования услугами интернет-банкинга и мобильного банкинга.

Работа состоит из введения, трёх глав, заключения, списка использованных источников и приложений. В первой главе представлены теоретические основы исследования услуг в интернет-банкинге. Во второй главе проведён анализ предоставляемых услуг ПАО «Сбербанк России». В третьей главе были предложены мероприятия по совершенствованию сервисных услуг в интернет-банкинге на примере ПАО «Сбербанк России». Основные выводы содержатся в заключении. Выпускная квалификационная работа выполнена на 77 страницах и включает 13 рисунков, 4 таблицы. Список использованной литературы составил 39 источников.

***Основное содержание работы.*** В первой главе «Теоретические основы исследования услуг в интернет-банкинге» рассматривается сущность сервисных услуг интернет-банкинга. Сервисные услуги интернет-банкинга – это услуги по удовлетворению потребностей клиентов в сфере управления финансовыми активами с использованием информационных технологий, в данном случае с использованием сети Интернет, которая даёт доступ к мобильным приложениям и веб-версиям онлайн-банка. Также отмечается

понятие интернет-банкинга. Интернет-банкинг – предоставление клиентам прямого доступа к своему банковскому счёту через сеть Интернет с использованием любого браузера. Услуги интернет-банкинга в данной работе были рассмотрены также с точки зрения информационного сервиса. Информационный сервис – это целесообразная деятельность, результат которой выражается в удовлетворении информационных потребностей человека или прочего объекта обслуживания.

Информационная услуга, равно, как и любая другая, имеет нематериальное свойство и товарный характер, то есть она способна удовлетворить потребности людей с помощью приобретения, использования и потребления.

Специфика услуг заключается в том, что их производство и потребление неотделимы. Услуги невозможно сохранить, но эффект от услуги может быть сохранен. Однако, здесь проявляется специфика информационной услуги. Теперь услугу можно сохранить. Например, базы данных, CRM-системы, которые могут хранить типовые запросы пользователей и возможные типовые ответы на них. Таким образом, разработанный алгоритм создания и предоставления информационной услуги в зависимости от информационной потребности покупателя может храниться до определенного времени инициации, в результате которой услуга будет оказана. Условием данной технологии информационного сервиса будет являться типизация и четкая структуризация информационных запросов пользователей – потенциальных покупателей услуги.

В рамках рассмотрения теоретических вопросов информационного рынка, следует рассмотреть понятие неэкономии. Новая экономика (неэкономия) — экономическая инфраструктура, характеризующаяся преобладанием неосязаемых активов (услуг и технологий), и снижением роли осязаемых активов. То есть, это экономика знаний, новых информационных технологий, новых бизнес процессов. Банки играют одну из ключевых ролей в развитии неэкономии. Они не менее других заинтересованы в процессе

совершенствования информационных технологий, а также развитию экономики в целом. Имея огромные финансовые ресурсы, банки инвестируют в развитие информационных технологий большие суммы денег, что в последствии поможет им принести большие доходы и развитие финансовой системы.

По мере развития неэкономике и вовлеченности банков в её развитие банковские услуги стали иметь ряд особенностей: Инновационность в пользовании банковскими услугами. Клиенты могут получать необходимые банковские услуги дистанционно, не выходя из дома. Также появляются всё новые способы совершения оплаты покупок в виде СБП, QR кодов и пр.; Улучшение качества обслуживания. В неэкономике банки большое внимание уделяют улучшению качества обслуживания, и это достигается за счёт использования новых технологий, а также осуществления персонализированного подхода к каждому клиенту за счёт использования всё тех же новых технологий; Банки развивают кредитные технологии.

Стоит сказать, что отрасль финансовых технологий в России получила широкое распространение среди учреждений банковской сферы, а особенно среди крупных её игроков. Наиболее популярными технологиями, используемыми субъектами банковской сферы, являются технологии искусственного интеллекта, анализа больших данных и пр. Анализ драйверов и барьеров развития отрасли финансовых технологий позволяет сделать вывод о том, что у России имеется потенциал для развития данной сферы.

Во второй главе «Анализ предоставляемых услуг ПАО «Сбербанк России» была дана характеристика основных показателей деятельности «Сбербанка». На 1 февраля 2023 у Сбера 107 млн активных частных клиентов (78,6 млн. человек - ежемесячная аудитория мобильного приложения банка), 15 млн активных кредитных карт (что составляет 46,4% доли всего рынка в стране), 123 млн активных дебетовых карт, 3 млн активных корпоративных клиентов и 277 тыс. самозанятых, зарегистрированных через платформу «Свое дело». Кроме того, Сбер активно сотрудничает с государством: существует 15

проектов по цифровизации на федеральном и региональном уровне и 47 проектов государственно-частного партнерства в 36 регионах на 21 млрд руб.

«СберБанк» занимает важное место на российском финансовом рынке. Его доля на рынке ипотечного кредитования составляет 53,8%, на рынке розничного кредитования – 37,7%, на рынке розничных депозитов – 45%. У «Сбера» существует экосистема для корпоративных клиентов, состоящая из 119 сервисов и продуктов для корпоративных клиентов. Основные компании: СберФакторинг, СберЛизинг, СберКорус, СберАналитика, СберРешения, СберА, Strategy partners, Деловая среда и пр.

«Сбер» активно развивает нефинансовый бизнес. Нефинансовые сервисы «Сбера» относятся к быстрорастущим индустриям с фокусом на цифровой опыт. На конец 2022 года в периметре экосистемы «Сбера» насчитывается более 50 компаний. Ежемесячной аудиторией нефинансовых сервисов «Сбера» являются более 60 млн человек. Общий объем инвестиций «Сбера» в нефинансовые активы экосистемы на конец 2020 года - около 150 млрд рублей, выручка нефинансового бизнеса «Сбера» за 2020 год - 71,4 млрд рублей.

На платформе «Сбера» открыто 3,5 млн брокерских счетов и 1,6 млн индивидуальных инвестиционных счетов (ИИС). Активы клиентов на брокерских счетах и ИИС выросли за 3 года с 0,38 трлн руб. до 1,86 трлн руб. Также более подробно были проанализированы услуги, предоставляемые с помощью экосистемы «Сбера».

Немаловажной частью работы стал анализ конкурентов «Сбербанка. Для того, чтобы определить основных конкурентов «Сбербанка» с сфере интернет-банкинга, стоит обратиться к исследованию консалтингового агентства Markswebb под названием Mobile Banking Rank 2022. Данное исследование проводится на ежегодной основе и оно оценивает цифровой клиентский опыт в мобильных банках России для частных лиц.

Согласно данному исследованию «Сбербанк» занял лишь четвертое место. Тройку лидеров заняли «Альфа-банк», «ПСБ», «Тинькофф Банк». Анализ конкурентов показал, что каждый из банков имеет весомые

конкурентные преимущества, которые способны переманить клиентов «Сбербанка» в свои банки.

В третьей главе «Разработка мероприятий по совершенствованию сервисных услуг в интернет-банкинге» были выявлены проблемы, с которыми может столкнуться «Сбербанк». Для выявления этих проблем был проведён анализ отзывов клиентов. Для анализа отзывов клиентов о приложении «Сбербанка» был выбран финансовый маркетплейс Банки.ру, который предоставляет необходимую информацию о финансовых организациях (вклады, страхование, инвестиции, кредиты), а также имеет народный рейтинг, который и составляется из отзывов клиентов о банках. На данном сайте минимизирован риск того, что отзывы будут «накручены» как в положительную, так и в отрицательную сторону, так как отзывы клиентов строго контролируются модераторами, и если отзыв является подозрительным, то он не засчитывается при общей оценке, дающей банку.

Согласно народному рейтингу «Сбербанк» занимает 15 место из 329 банков России, имея среднюю оценку 1,47 из 5. Клиентами было оставлено 5091 отзыв, ответ от банка на них получили 4680 отзывов. Процент решённых проблем составляет 42%. Согласно анализу, большую часть проблем составляют технические, к которым относятся повторные платежи, которые не совершал клиент; долгий перевод денег; прочие списания, связанные с кредитами; блокировка личных кабинетов и др. Большинство данных проблем решалось при обращении к специалистам. Другие две проблемы, которые в общей сложности занимают почти 40% от общего количества проблем и предлагается решить в данной работе. В дистанционном банковском обслуживании Сбербанк столкнулся с проблемой удаления приложений банка из Google Play и App Store, тем самым сокращая каналы предоставления дистанционных услуг. Для решения данной проблемы было предложено внедрение онлайн банка с использованием чат-бота на платформе соцсети «ВКонтакте». С помощью такого чат-бота клиенты смогут осуществлять все популярные финансовые операции, не выходя из приложения «ВКонтакте».

Сложно оценить экономический эффект от данного проекта, так как данный проект является ещё одним каналом доступа к дистанционному банковскому обслуживанию, а в некоторых случаях и альтернативой. Но можно сделать предположение, что если данным проектом удастся привлечь хотя бы 100 тыс. новых клиентов в первый год работы чат-бота из других банков, у которых ещё нет такой альтернативы, а приложения для пользователей iPhone перестают работать, то можно получить доход:  $100\ 000 * 5164 = 516\ 400\ 000$  рублей. И этим доходом являются только комиссионные доходы за совершение безналичных платежей, которые не являются основной статьёй дохода банка. Можно предположить, что некоторая часть новых клиентов будет брать кредиты либо делать вклады, тогда доход может перевалить за миллиардную доходность.

Также для привлечения новых клиентов и удержания старых было предложено изменить программу лояльности «СберСпасибо», изменить бонусы на реальные деньги, а также ввести ежемесячные категории в повышенном кэшбэке. Такое предложение в потенциале может привлечь новых и активизировать старых клиентов.

Экономический эффект от потенциального увеличения клиентов точным образом оценить невозможно, но можно спрогнозировать. Так как система кэшбэка непосредственно связана с комиссионной оплатой банку, стоит обратиться к годовому отчёту «Сбербанка» за 2022 год, а именно к статье комиссионных доходов и расходов. В таблице 3 представлена вся необходимая информация. В данной таблице нас интересуют данные о доходах по операциям с банковскими картами, расчетно-кассовому обслуживанию. Доход по данным статьям составил 775,4 млрд. рублей. Также нам нужно посчитать чистые комиссионные доходы, они равны разнице комиссионных доходов, состоящих из комиссий по операциям с банковскими картами и расчетно-кассовому обслуживанию, и комиссионным расходам по операциям с банковскими картами. Тогда мы получаем чистый комиссионный доход в виде 552,6 млрд. рублей. Весь этот доход был получен за счёт 107 млн. активных

клиентов, которые использовали свои банковские карты для оплаты счетов или перевода денег на другие карты. Теперь посчитаем, сколько один клиент приносит банку комиссии в среднем в год:  $552,6 \text{ млрд} / 107 \text{ млн.} = 5.164 \text{ рубля}$  в год. В дальнейшем данная цифра может быть только больше, так как повысится количество платежей совершённых картами и онлайн, тем самым увеличится комиссия за пользование картами и онлайн оплатой. Повышение кэшбэка в 2 раза при этом не приведёт к падению комиссионного дохода, так как банк платит с комиссионного дохода только ту часть, которая не приводит к убыткам и при этом дающим выгоду клиенту. Так как количество активных клиентов «Сбербанка» 107 млн. человек, а население нашей страны около 146 млн., то можно было бы увеличить количество за счёт ещё не подключённых клиентов, но оставшаяся доля населения это либо дети, либо достаточно пожилые люди, которым эти новинки не нужны. Тогда остаётся вариант с сохранением старых клиентов и переманиванием клиентов у банков конкурентов. Но стоит отметить, что сейчас имеется тенденция у людей иметь несколько банковских карт разных банков. Тогда стоит определить какое количество людей пользуется интернет-банкингом и системой кэшбэков. Также отметим, что кэшбэк не начисляется клиенту, если он сам не начал участвовать в данной программе. На данный момент мы имеем то, что сейчас у Сбербанка 78,6 млн. активных клиентов мобильного приложения банка, среди которых 60 млн. участвуют в программе «СберСпасибо». Остальные 18,6 млн. человек, можно догадаться, тратят свои средства с использованием карт других банков. Схема здесь может быть довольно проста: 18,6 млн. человек получают зарплату на карты Сбербанка (это может быть связано с тем, что Сбербанк занимает большую долю среди других банков по предоставлению банковских заработных карт), далее они переводят свои денежные средства на карты других банков, где более выгодные условия по программам лояльности (кэшбэку). Тогда получается, что Сбербанк может недополучать значительную часть комиссионных отчислений:  $18,6 \text{ млн.} * 5164 = 96,05 \text{ млрд. рублей}$ . Полученное число - это потенциальный доход от введения изменения системы

лояльности «СберСпасибо», если банк сможет привлечь обратно 18,6 млн. человек.

На самом же деле поведение потребителя изменчиво, плюс банки всегда проявляют конкуренцию, поэтому привлечь обратно такое количество клиентов просто невозможно. Реальным сценарием здесь выглядит привлечение максимум 10% от этого количества человек за год. Тогда получим, что комиссионный доход от привлечения 10 % старых клиентов может составить:  $1,86 \text{ млн.} * 5164 = 9,6 \text{ млрд. рублей.}$

**Заключение.** Дистанционное банковское обслуживание совершило длинный путь от своего создания в 80-х годах 20 века до современного состояния в виде интернет-банкинга. Благодаря развитию современных технологий своё развитие получил и интернет-банкинг. Из-за его развития конкуренция между банками вышла на новый уровень, что дало толчок развитию мобильных приложений и веб-версий.

Интернет-банкинг дал своим пользователям удобства в управлении своими финансами: возможность, не покидая свой дом переводить денежные средства, оплачивать счета, совершать покупки. Особенно актуальным это являлось в период распространения пандемии коронавируса в 2020 и 2021 годах.

Развитие цифровизации открыло перед компаниями возможность в объединении в экосистему, связь в которой организуется с помощью единой цифровой платформы. Примером крупнейшей экосистемы является Сбер, который на своей цифровой платформе под своим брендом объединил более 50 компаний, предлагающих услуги в большинстве сфер деятельности человека. Стоит отметить, что пользуясь услугами одной из компаний, входящей в экосистему, человек автоматически становится потенциальным клиентом всей экосистемы, так как в экосистеме объединённые клиентские базы данных. Благодаря технологиям Big data появляется возможность предлагать клиентам нужные для них товары и услуги.

Что касается поставленной цели и решённых задач в данной работе, то они выполнены в полной мере. Так, в первой главе были определены основные понятия сервисного обслуживания в интернет-банкинге. Основное значение здесь имеет место определение «интернет-банкинг» – это предоставление клиентам прямого доступа к своему банковскому счёту через сеть Интернет с использованием любого браузера. Также стоит выделить понятие «информационный сервис» – это целесообразная деятельность, результат которой выражается в удовлетворении информационных потребностей человека или прочего объекта обслуживания. Ну а сущность сервисных услуг в интернет-банкинге вытекает из определения «электронная услуга» – это услуга, предоставляемая с использованием информационных технологий и электронных телекоммуникационных средств. Получается, что сущность в том, что услуги предоставляются только в электронной среде. Также было определено, что на современном этапе формируется цифровой рынок, который стирает границы пространства и укорачивает сроки оказания услуги. Удалось оценить современное состояние рынка финансовых технологий в РФ, а также определить новые технологии, которые будут в дальнейшем влиять на развитие интернет-банкинга, среди них технологии искусственного интеллекта и анализ больших данных.

Во второй главе были определены особенности интернет-банкинга и сервисных услуг, которые предоставляет ПАО «Сбербанк». Услуги интернет-банкинга преимущественно предоставляются с помощью мобильного приложения, а сервисные услуги с помощью созданной Сбербанком собственной экосистемы, в которую входят как собственные организации, так и компании партнёры. Также была дана характеристика основных показателей деятельности «Сбербанка», которые показали, что ежегодная прибыль всегда имеет положительный рост, а количество пользователей интернет-банкинга и экосистемы «Сбербанка» неуклонно растёт. Необходимой частью данной работы было выявление основных конкурентов «Сбербанка» в области интернет-банкинга, а также анализ конкурентных преимуществ данных банков.

В третьей главе был проведён анализ отзывов клиентов о мобильном приложении «Сбербанка», на основе данных отзывов были выявлены проблемы, с которыми может столкнуться «Сбербанк» в процессе интернет-банкинга. Согласно полученным данным, большую часть проблем составляют технические, к которым относятся повторные платежи, которые не совершал клиент; долгий перевод денег; прочие списания, связанные с кредитами; блокировка личных кабинетов и др. Большинство данных проблем решалось при обращении к специалистам. Другие две проблемы, которые в общей сложности занимают почти 40% от общего количества проблем и предлагается решить в данной работе. Одной из таких проблем стал риск оттока клиентов из-за не выгодной системы лояльности по программе «СберСпасибо», потому что на данный момент существует ряд банков, которые предлагают более выгодные условия, при этом начисляя кэшбэк рублями, а не бонусами, и минимальным процентом кэшбэка у них является 1% за все покупки, когда как у «Сбербанка» 0,5% и то не на все покупки. Было предложено изменить условия данной программы на рублёвый кэшбэк и введение кэшбэка по категориям.

Также ещё одной проблемой стало негативное влияние санкций и ограничений от западных стран, которые повлияли на деятельность банков России, в частности можно говорить об удалении мобильных приложений некоторых крупнейших банков, в том числе и «Сбербанка», из магазинов Google Play и App Store. Чтобы решить данную проблему было решено создать альтернативу банковскому мобильному приложению в виде чат-бота на платформе «ВКонтакте». Данное решение поможет клиентам совершать привычные им операции, которые они совершали в мобильном приложении в соцсети «ВКонтакте». Экономический эффект посчитать достаточно сложно, а, возможно, даже и не нужно, так как данный проект это лишь альтернатива мобильного приложения, которая является запасным вариантом для клиентов. Но, если всё же удастся привлечь новых клиентов от других банков хотя бы в количестве 100 тыс. человек, то доход составит 516,4 млн. рублей только от комиссионных доходов, когда как это не основная статья доходов банка.