

ИННОВАЦИИ В РОЗНИЧНОМ БАНКИНГЕ: ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ В ЗАО «АЛЬФА-БАНК»

В. Е. МАЛЮГИНА

vmaluginab@gmail.com;

Научный руководитель – О. В. Машевская, кандидат экономических наук, доцент

В статье рассматривается вопрос о необходимости развития розничного банковского бизнеса. Предложен поиск новых источников привлечения ресурсов для ЗАО «Альфа-Банк» с целью расширения его розничного бизнеса, поскольку инновации являются тем стимулом, который создает предпосылки для эффективной работы и является движущей силой экономических преобразований любой деятельности.

Ключевые слова: розничный бизнес; розничные банковские услуги; инновации; BaaS - модель.

Конкурентная борьба на рынке розничных финансовых продуктов приобретает новые черты с точки зрения инструментов конкуренции. Поэтому банкам сегодня необходимо не только создавать и внедрять новые продукты, но и стремиться к расширению списка предлагаемых розничных услуг, прибегая к инновациям. Под розничными банковскими услугами будем понимать услуги, наделенные высокой степенью персонализации, направленные на максимально-оптимальное удовлетворение потребностей физических лиц, и реализуемые на рынке банковских услуг с целью получения прибыли.

Розничный банковский бизнес – это самостоятельное направление банковской деятельности, связанное с предоставлением стандартизированных услуг населению. При реализации розничного бизнеса необходимо учитывать, что:

- во-первых, физические лица – это особая группа клиентов с индивидуальными потребностями и интересами, которые необходимо учитывать в момент обслуживания;

- во-вторых, все виды розничной банковской деятельности имеют ярко выраженный социальный характер, поскольку способствуют повышению жизненного уровня населения, утверждению принципов социальной справедливости;

- в-третьих, розничный банкинг является ключевым механизмом капитализации сбережений клиентов и далее трансформации этих средств в инвестиции;

- в-четвертых, розничное обслуживание является средством удовлетворения возрастающих потребительских нужд клиентов, а потому его развитие повышает платежеспособный спрос, ускоряет реализацию

имеющихся услуг и продуктов банка, заставляет создавать более качественные продукты с более привлекательными потребительскими свойствами, и в целом способствует получению прибыли и расширению сферы деятельности банка [1, с. 206].

Именно наличие «более совершенного качества продукта/услуги» и «более привлекательные потребительские свойства, созданные благодаря новым технологиям» и определяют банковский продукт в виде инновации.

Использование инновационных технологий ведения банковского бизнеса позволяют: -предложить более качественное и своевременное обслуживание клиентов; -уменьшить риск, связанный с предоставлением розничных услуг; -повысить результативность работы банка с каждым клиентом индивидуально; - обеспечить совершенствование каналов доставки банковских продуктов; - обеспечить расширение клиентской базы в данном сегменте, увеличивая для клиентов средний срок хранения денежных средств; - развить смежные услуги; -увеличить рентабельность розничного направления деятельности для банка в целом [3],[5].

В ходе исследования розничного банковского бизнеса наше внимание было обращено на деятельность ЗАО «Альфа-Банк». Анализ состава и структуры розничных банковских услуг ЗАО «Альфа-Банк» за 2019–2022 гг. показал рост. Доля доходов розничного сегмента в общей структуре доходов банка в 2022 г. увеличилась по сравнению с 2021 г. на 0,7 п.п, что в абсолютном выражении составило 40 686 тыс. руб. Объем выданных кредитов физическим лицам увеличился с 2022 г. по сравнению с 2021 г. на 111198 тыс. руб. или 35,96 % (таблица).

Кредиты клиентам ЗАО «Альфа-Банк» за 2021–2022 гг, тыс. руб.

n/p	кредиты	период		эффект от присоединения «Франсабанк» ОАО
		2022	2021	
1	Физическим лицам	420413	309215	19925
3	Начисленные проценты по кредитам физлиц	8583	6744	234
2	Юридическим лицам	2276550	2232142	-
4	Начисленные проценты по кредитам юрлиц	13701	13503	
5	Кредитный портфель до вычета резервов	2766652	2584983	20163
6	Кредиты клиентам	2525884	2412465	19654

Источник: [2]

Следующими по популярности в розничном сегменте являются кредитные карты (38,5 % в 2021 г.) и POS-кредиты (28,9 % в 2021 г.). Сумма

средств, полученных от физлиц в 2022 г. увеличилась по сравнению с 2021 г. на 272614 тыс. рублей, что в процентном выражении составило 21,71 %. Такой вид банковской услуги, как валютно-обменные операции, представлен в банке широким перечнем услуг.

На момент исследования ЗАО «Альфа-Банк» работал с четырьмя валютами в наличной форме (доллары, евро, российские рубли и белорусские рубли), что позволило сформировать прибыль розничного банковского сектора и увеличить ее по сравнению с предшествующим периодом на 10 520 тыс. руб. или 43,32 %. Прирост был обеспечен реализацией ряда клиентоориентированных маркетинговых мероприятий (сегментацией клиентов; внедрением нового направления – VIP-банкинга; реорганизацией функциональной организационной структуры в дивизионально-клиентскую; использование нового инструментария в управлении лояльностью клиентов, и др.) [3].

В ходе исследования был предложен ряд направлений для улучшения развития структуры розничных услуг ЗАО «Альфа-Банк»:

1. Разработать комплексную концепцию внедрения системы управления результативностью, заключающуюся в разработке и внедрении нормативов, развитии инфраструктуры для комплексного управления результатами банка и создании резерва персонала;

2. Развивать сотрудничество ЗАО «Альфа-Банк» с финтех-компаниями Беларуси с целью внедрения платформы «BaaS – модель», которая позволит нефинансовым компаниям добавлять банковские услуги в собственные приложения и цифровые продукты, а розничный продавец сможет выпустить фирменную дисконтную карту с ограниченной банковской функциональностью, но с достаточной доходностью для клиента;

3. Используя опыт других банков, расширить функциональные возможности аналитики в ИБ и МБ ЗАО «Альфа-Банк», где клиент, используя базовые настройки аналитики приложения, сможет настраивать необходимые для его нужд параметры приложения или добавлять из дополнительных опций, только те, которые считает необходимыми.

Библиографические ссылки

1. *Малюгина В. Е., Машевская О. В.* Теоретические аспекты розничного бизнеса банка // Банковский бизнес и финансовая экономика: глобальные тренды и перспективы развития : материалы VII Междунар. науч.-практ. конф. молодых ученых, магистрантов и аспирантов, Минск, 20 мая 2022 г. / Белорус. гос. ун-т ; редкол.: А. А. Королёва (гл. ред.) [и др.]. Минск : БГУ, 2022. С. 204–209.

2. Отчетность ЗАО «Альфа-Банк» по Национальным стандартам [Электронный ресурс]. URL: <https://www.alfabank.by/about/reporting/> (дата обращения: 05.05.2023).
3. *Машевская О. В., Малюгина В. Е.* Инновации в розничном банкинге: возможности применения в Беларуси // Банковский бизнес и финансовая экономика: глобальные тренды и перспективы развития : материалы VII Междунар. науч.-практ. конф. молодых ученых, магистрантов и аспирантов, Минск, 20 мая 2022 г. / Белорус. гос. ун-т ; редкол.: А. А. Королёва (гл. ред.) [и др.]. Минск : БГУ, 2022. С. 217–221.
4. *Машевская О. В.* Возможности цифровых технологий // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы международной научно-практической конференции, посвященной 90-летию Смоленского филиала Финансового университета (г. Смоленск, 15-16 ноября 2022 г.) / [ред. Коллегия: С. В. Земляк, О. Ю. Крамлих, Е. В. Ганичева] ; Смоленский филиал Финансового университета при Правительстве Российской Федерации. М.: Издательско- торговая корпорация «Дашков и К», 2022. С. 277–281.
5. *Машевская О. В., Малюгина В. Е.* Инновации и цифровые технологии как факторы роста национальной экономики // Актуальные проблемы и тенденции развития современной экономики: материалы Международной научно-практической конференции 9–10 ноября 2022 г. [Электронный ресурс] / Отв. ред. О.А. Горбунова. – Самара: Самар. гос. техн. ун-т, 2022. С. 136–142.