

Copyright © 2022 by Sochi State University



Published in the Russian Federation
Sochi Journal of Economy
Has been issued since 2007.
ISSN: 2541-8114
2022. 16(3): 170-175

www.vestnik.sutr.ru



UDC 339.13

Customization of Banking Services

Elena V. Ganebnykh ^{a,*}, Dmitry N. Panteleev ^a, Alexander V. Dvoretzky ^a

^a Vyatka State University, Russian Federation

Abstract

The active formation of banking ecosystems is changing their focal point. One of the negative “side effects” of this development is the fact that banks reduce efforts to improve core products, focusing on additional services. In the course of the study, authors analyzed proposals for deposit from three groups of banks, the classification of which was based on the breadth of audience coverage by the number of branches: large federal, medium federal and large regional. The obtained data were systematized using the Ranganathan method, as a result of which facets were formed. Facets represent individual conditions for deposits, as well as their transitive values. The survey revealed the respondents' discontent with the offers of banks. Despite the fact that the survey did not ensure the representativeness of the sample, however, it pointed out some reasons for dissatisfaction with the conditions for deposits. The combination of facet values helped to form a prototype of a customized bank deposit equalizer model, when the user (depositor) has the opportunity to create the most acceptable deposit conditions by adjusting its settings. To ensure the interests of the bank, the interdependencies of facets should be laid in the equalizer. If necessary, the bank can also add additional options-services to the model aimed at developing the entire ecosystem. The use of the developed model will help to remove negative feelings from the quality of banking services, and also to increase customer loyalty.

Keywords: customization, banks, deposits.

1. Введение

Деятельность банков в условиях высочайшей конкуренции и тотальной цифровизации сегодня часто выходит за рамки расчетно-кассовых услуг и даже традиционных кредитно-депозитарных операций, формируются так называемые банковские экосистемы (Антонова, Орехов, 2021).

Причинами появления банковских экосистем авторы в основном считают макроэкономические изменения в общественно-экономической жизни и следующее за ними изменение поведения участников рынка:

- низкая маржинальность банковских услуг и поиск новых источников дохода (Ашурбекова, Мусаева, 2021);
- поиск наиболее привлекательных проектов для вложения активов и, как следствие, финансирование технологических стартапов и участие в капитале лидеров рынка, чья деятельность часто бывает связана с цифровыми технологиями (Фарберова, 2021);
- снижение барьеров в различных сферах экономической деятельности и доступность технологий оказания различных услуг (Леонов, 2021);

* Corresponding author

E-mail addresses: ganebnykh@mail.ru (E.V. Ganebnykh)

- общая цифровизация всех отраслей жизни и тенденция к потреблению различных товаров и услуг на маркетплейсах или в иных аналогичных источниках, объединяющих в себе идею предоставления всего в одном месте (Пригода и др., 2020).

Исследование мирового лидера в решениях маркетинговых задач, компании McKinsey&Co, подтверждает, что формирование экосистемы благотворно влияет на рост лояльности потребителей, развитие бренда и имиджа компании (Boudet, 2020).

Однако практика развития экосистем в России указывает на ряд проблем, одна из которых побудила провести более глубокое исследование. А.А. Ваниева и Н.Б. Демироглу выделяют следующие проблемы развития банковских экосистем в РФ (Ваниева, Демироглу, 2021):

- 1) подмена понятий, когда экосистемой называют обычную покупку непрофильных активов;
- 2) риск экспортной монополии (в настоящее время уже неактуальна);
- 3) смещение акцентов деятельности на небанковскую сферу, за счет чего страдает основная деятельность;
- 4) развитие монополистических моделей бизнеса;
- 5) снижение усилий по совершенствованию основных продуктов, компенсируя это другими услугами.

Проблема снижения качества и количества предложений основных финансовых продуктов для физических лиц – кредитных продуктов и ассортимента вкладов, которая наблюдается, начиная с периода коронакризиса, определила цель исследования.

Целью исследования является совершенствование банковских услуг на основе разработки модели их кастомизации. В качестве примера нами были рассмотрены услуги по вкладам от физических лиц.

Задачами исследования стали: анализ текущих банковских предложений по вкладам для физических лиц, их систематизация, выявление слабых сторон существующего ассортимента вкладов и разработка рекомендаций по его совершенствованию через формирование прототипа кастомизированной модели.

Научная новизна исследования заключается в научном обосновании эффективности кастомизации банковских услуг через разработку прототипа модели-эквалайзера.

2. Материалы и методы

Методы и материалы, использованные в целях исследования, базируются на структурно-функциональном подходе.

Для сбора и анализа текущих банковских предложений по вкладам для физических лиц использовался кабинетный метод исследования. Источником данных послужили открытые ресурсы сети Интернет, в частности веб-сайты банков, а также агрегаторы их услуг, такие как spravni.ru, banki.ru и vbr.ru.

Систематизация полученной информации проводилась методом классификации Ранганатана с выделением групп классификационных признаков и определением возможных различий внутри них.

Исследование носит характер качественного, так как изучались условия привлечения вкладов, а не их количественные объемы.

Выявление слабых сторон существующего ассортимента вкладов, предлагаемых банками для физических лиц, осуществлялось посредством нерепрезентативного опроса. В общей сложности было опрошено 100 респондентов в возрасте от 25 до 70 лет обоих полов, половина из них не имеет вкладов в банках. Выбор респондентов происходил методом «снежного кома». Нерепрезентативность выборки является существенным ограничением исследования, однако одновременно определяет направления для дальнейшей апробации модели.

Рекомендации по совершенствованию существующего ассортимента вкладов естественным образом сформировались в результате анализа результатов опроса.

Разработка кастомизированной модели вкладов для физических лиц проводилась в формате прототипирования (Азоев, Старостин, 2013; Синяева, 2020) на основе фасетного метода.

3. Обсуждение

В России на сентябрь 2022 года действует 396 банков (263 банка с универсальной лицензией, 133 – с базовой). Для анализа существующих предложений по вкладам для физических лиц нами были отобраны 15 банков, сгруппированных по 3 группам

относительно площади покрытия филиальной сетью территории России (количество отделений). Данный критерий был отобран на основании доступности предложений по вкладам для физических лиц.

В первую категорию попали крупнейшие банки России, имеющие представительства во всех или почти во всех регионах, это Сбербанк (6 695 отделений), ВТБ (1 370 отделений), Россельхозбанк (1 279 отделений), Совкомбанк (2 652 отделений) и Почта банк (4 636 отделений).

Во вторую категорию попали следующие банки: Альфа-банк (669 отделений), Росбанк (469 отделений), Газпромбанк (379 отделений), Банк Уралсиб (269 отделений) и Хоум Кредит Банк (224 отделения).

В третью категорию попали региональные банки с хорошей представленностью в своих регионах: Ак Барс Банк (222 отделения), Московский кредитный банк (200 отделений), Уральский банк реконструкции и развития (205 отделений), Московский индустриальный банк (210 отделений) и Азиатско-Тихоокеанский Банк (223 отделения).

Анализ предложений вкладов для физических лиц, анонсированных данными банками, позволил выделить 6 основных параметров, указываемых при описании вклада:

- годовой процент по вкладу;
- минимальная сумма вклада;
- срок вклада;
- возможность пополнения вклада;
- возможность капитализации вклада;
- возможность частичного снятия вклада.

Еще одной опцией, часто указываемой банками, является возможность открытия и обслуживания вклада онлайн, однако в реалиях индустрии 4.0 данная опция даже не нуждается в анализе, т.к. является насущной необходимостью вне зависимости от остальных условий вкладов.

4. Результаты

Систематизация полученной информации позволила сформировать фасеты условий вкладов (Таблица 1).

Таблица 1. Фасеты условий по вкладам для физических лиц

1	2	3	4	5	6
Годовой процент по вкладу	Минимальная сумма вклада	Срок вклада	Возможность пополнения вклада	Возможность капитализации вклада	Возможность частичного снятия
Низкий	Отсутствует	Экстра-короткий (30 дней)	Есть	Отсутствует	Есть
Средний	Невысокая (до 10 тыс. руб.)	Короткий (31-90 дней)	Нет	Ежемесячная	Нет
Высокий	Умеренная (10-100 тыс. руб.)	Средний (90-180 дней)		Ежеквартальная	
Экстра-высокий	Высокая (100-1000 тыс. руб.)	Длительный (180-365 дней)		Полугодовая	
	Экстра-высокая (свыше 1 млн руб.)	Экстра-длительный (более 1 года)		Ежегодная	
				В конце срока	

Текущая ситуация такова, что каждый вклад предлагается в жесткой или полужесткой форме, т.е. условия либо фиксированные, либо могут лишь незначительно меняться. В таких условиях необходимо скрупулезно сегментировать и анализировать целевую аудиторию, формируя для каждого отдельного сегмента свое предложение. Фактически в настоящий момент банки так и поступают, имея в ассортименте 2-5 предложений по вкладам.

Однако выстроенные фасеты позволяют формировать огромное количество индивидуальных траекторий сборки условий вклада, фактически кастомизируя каждый конкретный вклад под нужды каждого конкретного клиента.

Результаты опроса показали, что респонденты, не размещающие свои средства на вкладах в банках, считают, что при необходимости они легко смогут подобрать удобное для себя условие и банк. В противовес им те, кто уже сегодня размещает средства на вкладах, указывают на сложность выбора, так как «идеальных условий не существует». Это мнение подтверждается и соответствующими исследованиями (Auchterlonie, 2022). Респонденты указывают на то, что отдельные (негативные) условия вкладов обнаруживаются уже на стадии оформления услуги. 76 % респондентов, размещающих свои средства на вкладах, отметили, что не до конца удовлетворены условиями этих вкладов.

В ходе опроса были выявлены недостатки существующей системы вкладов с точки зрения респондентов:

- наиболее интересные предложения по вкладам у небольших банков, рейтинг доверия которым невысок;
- длительные сроки размещения вкладов влияют отрицательно на процентную ставку по ним (по логике вкладчиков должно быть наоборот);
- по окончании срока вклада редко бывает автоматическая пролонгация, хотя можно было бы ее реализовать в электронном режиме (запрос на пролонгацию онлайн);
- возможность капитализации вкладов влияет отрицательно на процентную ставку по ним (по логике вкладчиков должно быть наоборот);
- наличие комиссий за переводы денежных средств между банками в случае, если вкладчик нашел более выгодное предложение в другом банке.

Сформированные фасеты банковских вкладов и указанные респондентами недостатки существующей системы позволили разработать рекомендацию по формированию кастомизированной модели настройки условий по вкладам. Модель настройки в своем прототипе представляет собой эквалайзер с 6 «бегунками», соответствующими фасетам (Рисунок 1).

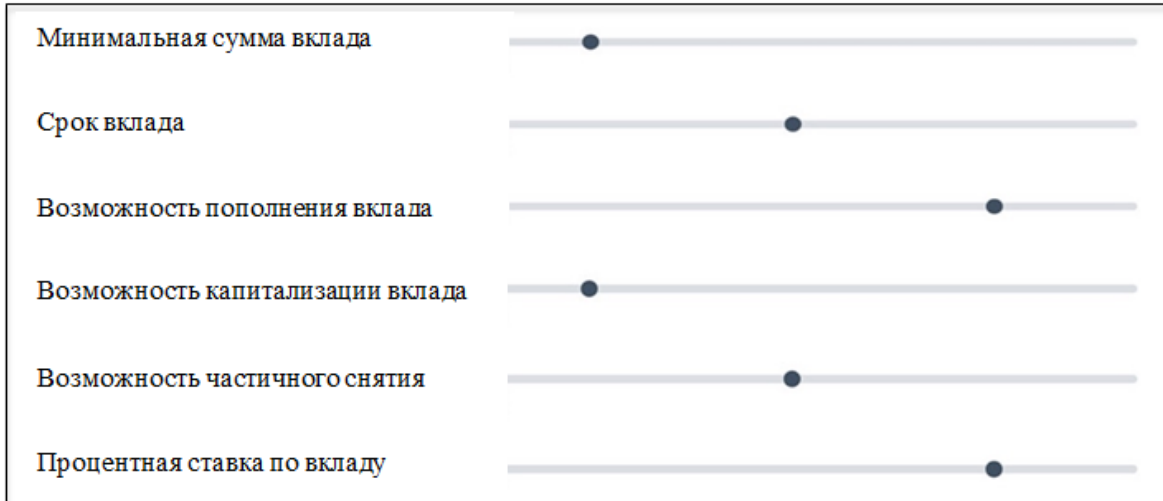


Рис. 1. Прототип модели-эквалайзера для настройки условий вкладов

Особенностью предлагаемой модели является взаимная увязка параметров вклада между собой. Очевидно, что банк минимизирует свои риски, уменьшая процентную ставку по вкладу при включении условий, способных негативно повлиять на планирование его деятельности.

5. Заключение

Разработанная в ходе реализации исследования модель кастомизации вкладов не позволяет в полной мере создавать истинно индивидуальный вклад с персональными условиями по причине взаимной увязки параметров-фасет. Однако формат эквалайзера помогает клиенту банка понять и ощутить это взаимное влияние, настроить максимально

удобные условия из допустимых вариантов и почувствовать индивидуальность подхода банка к нему, как к потребителю. Это может не только снять негативные ощущения от качества банковских услуг, но и повысить лояльность клиентов.

Потенциально модель можно расширить, включив в нее дополнительные опции, связанные с другими компонентами банковской экосистемы, вовлекая таким образом клиента в использование широкого спектра продуктов и услуг организации.

Литература

[Азоев, Старостин, 2013](#) – Азоев Г.Л., Старостин В.С. Технологии кастомизации // *Маркетинг*. 2013. № 1(128). С. 86-102.

[Антонова, Орехов, 2021](#) – Антонова М.В., Орехов Ф.И. Трансформация клиенто-ориентированности банковской деятельности: от систем лояльности до банковских экосистем // *Экономика и предпринимательство*. 2021. № 8(133). С. 986-990. DOI: 10.34925/EIP.2021.133.8.188

[Ашурбекова, Мусаева, 2021](#) – Ашурбекова З.Н., Мусаева З.А. Банковские экосистемы как новое направление трансформации банковского сектора России // *Теория и практика мировой науки*. 2021. № 5. С. 19-22.

[Ваниева, Демироглу, 2021](#) – Ваниева Э.А., Демироглу Н.Б. Проблемы и перспективы развития банковских экосистем в Российской Федерации в современных реалиях // *Ученые записки Крымского инженерно-педагогического университета*. 2021. № 1(71). С. 61-66. DOI: 10.34771/UZCEPU.2021.71.1.012

[Леонов, 2021](#) – Леонов М.В. Предпосылки формирования и классификация банковских экосистем в цифровой экономике // *Вестник экономики, права и социологии*. 2021. № 2. С. 12-14.

[Пригода и др., 2020](#) – Пригода Л.В. Аликаева М.В., Чекеревца З. Банковские экосистемы и маркетплейсы: тенденции цифровизации // *Новые технологии*. 2020. Т. 16. № 6. С. 132-138. DOI: 10.47370/2072-0920-2020-16-6-132-138

[Синяева, 2020](#) – Синяева И.М. Принципы кастомизации в сфере услуг банковской системы России // *Самоуправление*. 2020. Т. 2. № 1(118). С. 387-390.

[Фарберова, 2021](#) – Фарберова М.А. Банковские экосистемы // *Интернаука*. 2021. № 21-4(197). С. 6-10.

[Auchterlonie, 2022](#) – Auchterlonie T. Survey shows customers give banks lackluster grades on their personalization // *Insider Intelligence: eMarketer*. 2022. [Electronic resource]. URL: <https://www.insiderintelligence.com/content/survey-customers-banks-lackluster-grades-on-their-personalization>

[Boudet et al., 2020](#) – Boudet J., Huang J., Rothschild P., von Difloe R. Preparing for loyalty's next frontier: Ecosystems. McKinsey&Co: Growth, Marketing, Sales. 2020. [Electronic resource]. URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales/our-insights/preparing-for-loyal-tys-next-frontier-ecosystems>

References

[Antonova, Orekhov, 2021](#) – Antonova, M.V., Orekhov, F.I. (2021). Transformatsiya kliento-orientirovannosti bankovskoi deyatel'nosti: ot sistem loyal'nosti do bankovskikh ekosistem [Transformation of customer-oriented banking activity: from loyalty systems to banking ecosystems]. *Ekonomika i predprinimatel'stvo*. 8(133): 986-990. DOI: 10.34925/EIP.2021.133.8.188 [in Russian]

[Ashurbekova, Musaeva, 2021](#) – Ashurbekova, Z.N., Musaeva, Z.A. (2021). Bankovskie ekosistemy kak novoe napravlenie transformatsii bankovskogo sektora Rossii [Banking ecosystems as a new direction for transforming the russian banking sector]. *Teoriya i praktika mirovoi nauki*. 5: 19-22. [in Russian]

[Auchterlonie, 2022](#) – Auchterlonie, T. (2022). Survey shows customers give banks lackluster grades on their personalization. *Insider Intelligence: eMarketer*. [Electronic resource]. URL: <https://www.insiderintelligence.com/content/survey-customers-banks-lackluster-grades-on-their-personalization>

[Azoev, Starostin, 2013](#) – Azoev, G.L., Starostin, V.S. (2013). Tekhnologii kastomizatsii [Customization technologies]. *Marketing*. 1(128): 86-102. [in Russian]

[Boudet et al., 2020](#) – Boudet, J., Huang, J., Rothschild, P., von Difloe, R. (2020). Preparing for loyalty's next frontier: Ecosystems. McKinsey&Co: Growth, Marketing, Sales. [Electronic resource].

URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales/our-insights/preparing-for-loya-ltys-next-frontier-ecosystems>

Farberova, 2021 – Farberova, M.A. (2021). Bankovskie ekosistemy [Banking ecosystems]. *Internauka*. 21-4(197): 6-10. [in Russian]

Leonov, 2021 – Leonov, M.V. (2021). Predposylki formirovaniya i klassifikatsiya bankovskikh ekosistem v tsifrovoi ekonomike [Prerequisites for the formation and classification of banking ecosystems in the digital economy]. *Vestnik ekonomiki, prava i sotsiologii*. 2: 12-14. [in Russian]

Prigoda i dr., 2020 – Prigoda, L.V. Alikeeva, M.V., Chekerevats, Z. (2020). Bankovskie ekosistemy i marketpleisy: tendentsii tsifrovizatsii [Banking ecosystems and marketplaces: digitalization trends]. *Novye tekhnologii*. 16(6): 132-138. DOI: 10.47370/2072-0920-2020-16-6-132-138 [in Russian]

Sinyaeva, 2020 – Sinyaeva, I.M. (2020). Printsipy kastomizatsii v sfere uslug bankovskoi sistemy Rossii [Prerequisites for the formation and classification of banking ecosystems in the digital economy]. *Samoupravlenie*. T. 2. № 1(118): 387-390. [in Russian]

Vanieva, Demiroglu, 2021 – Vanieva, E.A., Demiroglu, N.B. (2021). Problemy i perspektivy razvitiya bankovskikh ekosistem v Rossiiskoi Federatsii v sovremennykh realiyakh [Problems and prospects for the development of banking ecosystems in the Russian Federation in modern realities]. *Uchenye zapiski Krymskogo inzhenerno-pedagogicheskogo universiteta*. 1(71): 61-66. DOI: 10.34771/UZCEPU.2021.71.1.012 [in Russian]

УДК 339.13

Кастомизация банковских услуг

Елена Викторовна Ганебных^{а, *}, Дмитрий Николаевич Пантелеев^а,
Александр Васильевич Дворецкий^а

^а Вятский государственный университет, Российская Федерация

Аннотация. Активное формирование банковских экосистем меняет фокус внимания финансовых учреждений. Одним из негативных «побочных эффектов» такого развития является тот факт, что банки снижают усилия по совершенствованию основных продуктов, делая упор на дополнительные сервисы. В ходе исследования были проанализированы предложения по вкладам трех групп банков, классификация которых происходила исходя из широты охвата аудитории по количеству отделений: крупные федеральные, средние федеральные и крупные региональные. Полученные данные были систематизированы методом Ранганатана, в результате чего были сформированы фасеты, представляющие собой отдельные условия по вкладам, а также их транзитивные значения. Проведенный опрос выявил недовольство респондентов предложениями банков. Несмотря на то, что проведенный опрос не обеспечил репрезентативность выборки, однако он указал на отдельные причины неудовлетворенности условиями по вкладам. Комбинация значений фасет позволила сформировать прототип кастомизированной модели-эквайзера банковского вклада, когда пользователь (вкладчик) имеет возможность, самостоятельно регулируя настройки, создать для себя максимально приемлемые условия вклада. Для обеспечения интересов банка в эквайзер закладываются взаимозависимости фасет. При необходимости банк также может добавлять в модель дополнительные опции-сервисы, направленные на развитие всей экосистемы. Использование разработанной модели позволит не только снять негативные ощущения от качества банковских услуг, но и повысить лояльность клиентов.

Ключевые слова: кастомизация, банки, вклады.

* Корреспондирующий автор

Адреса электронной почты: ganebnykh@mail.ru (Е.В. Ганебных)