

Первая волна переноса услуг из обычного банковского офиса в виртуальное пространство, по мнению представителей финансовых структур, близится к завершению. Но это, в свою очередь, рождает свежие задачи и открывает новые горизонты. О том, какие именно, эксперты рассказали на круглом столе «Диджитализация финансовых услуг», организованном порталом «ТТ Финанс» совместно с еженедельником «МК в Питере».

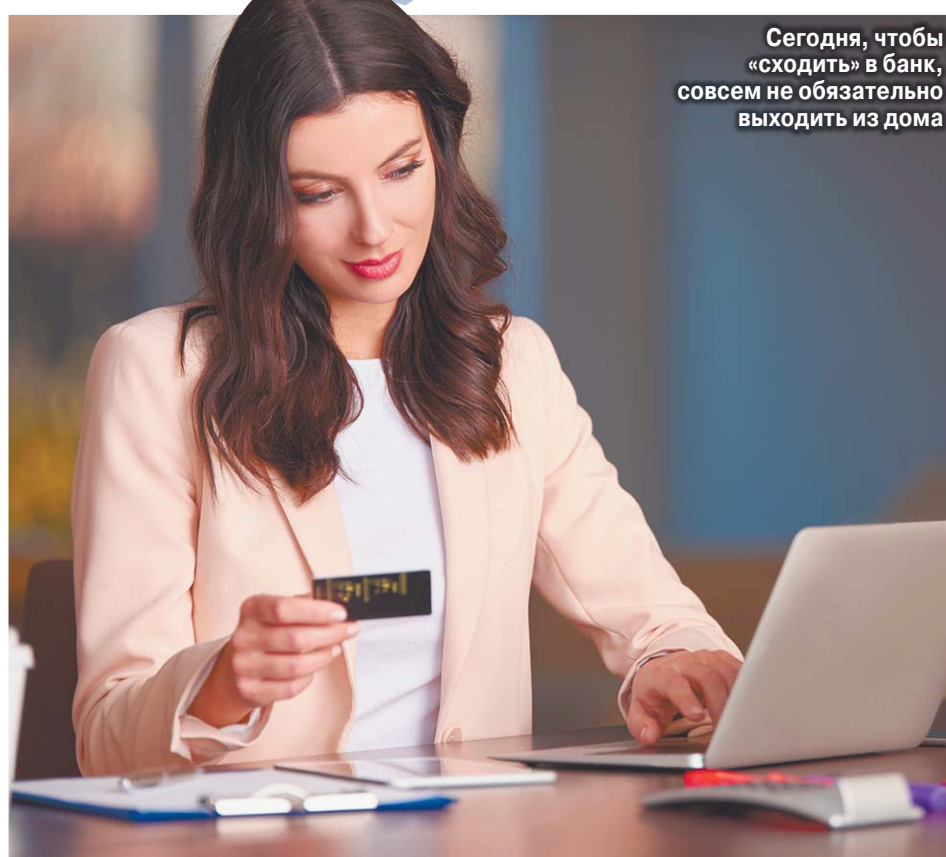
## Ты помнишь, как все начиналось

Сегодня практически любой разговор о диджитализации начинается с упоминания о перестройке бизнес-процессов, связанных с пандемией 2020 года. Конечно, цифровизация банковской сферы началась гораздо раньше. Но именно прошлогодний локдаун во взрывном порядке ускорил течение большинства процессов.

«Безусловно, с точки зрения развития цифровых услуг мы часто будем вспоминать 2020 год, — говорит директор Департамента малого и среднего бизнеса Санкт-Петербургского филиала ПАО «Промсвязьбанк» Александр Хайкинсон. — Именно в прошлом году были наиболее востребованы продукты, которые можно получить дистанционно, и практически все банки увеличили объем продаж своих услуг через удаленные каналы».

Качественный скачок укладывается в конкретные цифры. В минувшем, 2020 году в ПСБ объем продаж банковских продуктов через онлайн-каналы составил более 22%. После снятия антиковидных мер позитивное отношение клиентов к цифровым сервисам сохранилось. Так что сегодня можно уверенно прогнозировать, что доля цифровых услуг будет только расти.

«Наверное, в перспективе встанет вопрос: где граница развития диджитализации и каким должен быть баланс между онлайн- и офлайн-общением? Но пока рассуждать об этом рано, цифровизация идет вперед, и альтернативы нет, — считает Александр Хайкинсон. — Кроме прочего, понятно, что все стандартные продукты в итоге рано или поздно будут полностью оцифрованы».



Сегодня, чтобы «сходить» в банк, совсем не обязательно выходить из дома

# БАНКИ УХОДЯТ В ВИРТУАЛЬНОСТЬ

## Пандемия ускорила цифровизацию бизнеса

Эксперт также обращает внимание, что определенную помощь в процессе цифровизации оказали программы господдержки. Меньше чем за месяц банки реализовали выдачу кредитов в онлайн-формате, без посещения офисов банка. На одобрение требовалось не более 4 часов. Более 80% кредитов компаниям из пострадавших отраслей ПСБ выдал именно в онлайн-формате.

«В дальнейшем эти решения были экстраполированы на другие банковские продукты. Сегодня мы поступательно расширяем линейку удаленных услуг, — рассказывает представитель банка. — Теперь в удаленном формате доступны не только кредиты в рамках господдержки, но и стандартные программы кредитования».

По его словам, на данном этапе в ПСБ возможно онлайн-кредитование в пределах 10 млн рублей. Но вскоре планируется существенно поднять верхнюю планку.

«В ближайшие 3 года наш банк рассчитывает перевести в онлайн более 60% продаж продуктов банка, — отмечает Александр Хайкинсон. — В нашем понимании где-то на этом уровне и находится предполагаемая граница реализации банковских сервисов офлайн и онлайн. При этом всегда будут продукты, которые требуют живой консультации и индивидуального подхода».

## Бури бояться стоит едва ли

«Для банков, которые уже имели высокий уровень цифровизации, пандемия ускорила перевод точечных сценариев в удаленные каналы. Существенно развивалось направление Digital Office: открытие и заказ банковских продуктов, удаленное получение справок, прием документов и обновление клиентских данных», — соглашается директор по развитию Диджитал-департамента Банка «Санкт-Петербург» Игорь Бутенко. — Банк «Санкт-Петербург» уже имел высокие результаты в части цифровизованности услуг, но прошедший год заметно их повысил. 99% контактов с клиентами происходит через удаленные каналы. Доля онлайн-продаж за основных продуктов розничного и корпоративных бизнесов сейчас на уровне 72%. При этом доля флагманского продукта — потребительского кредитования для частных клиентов за год выросла на 17% и составляет 77%. Это один из лучших показателей среди классических российских банков».

Эксперт разделяет стимулы цифровизации на три группы. Первая — перевод в цифру стандартных банковских процедур и сервисов, подключение новых банковских продуктов. Например, реализация возможности в мобильном приложении подключения одного из типов кредитного

лимита дало прирост в два раза в продажах продукта.

Следующая группа вопросов, требующая цифровизации, спускается сверху в форме инициатив Банка России. И регуляторные изменения претендуют на то, чтобы раз за разом менять облик российского финансового рынка.

В качестве примера такого регулирования Игорь Бутенко приводит внедрение системы быстрых платежей — СБП. Напомним, все системно значимые российские банки до 1 июля 2021 года должны были технологически и организационно обеспечить клиентам возможность оплаты товаров и услуг через СБП, в том числе с использованием QR-кодов.

Изначально Система позволяла переводить средства между счетами в разных банках по номеру телефона. Позже была добавлена возможность оплаты по QR-коду. А теперь планируется добавить оплату услуг ЖКХ и ряд других опций.

Или другой пример регуляторного управления рынком — запуск единой биометрической системы. Правда, здесь дело буксует.

«Банки собирают биометрические данные клиентуры уже несколько лет, но сами клиенты соглашаются на данный эксперимент не очень охотно, — отмечает представитель Банка «Санкт-Петербург». — Однако вскоре ситуация может измениться, поскольку регулятор заинтересован во внедрении данной технологии и предполагает ее популяризацию».

В общем, регулятор достаточно сильно подталкивает банки к унификации сервисов и к тому, чтобы финансисты в принципе развивали цифровые форматы.

Последний блок направлений диджитализации — работа с пользовательским опытом, упрощение сценариев взаимодействия с банком. Например, Банк «Санкт-Петербург» весной запустил новое мобильное приложение на смену уже работавшему. И в основу этой разработки закладывался принцип «простота для клиента и умные предложения со стороны банка». Прислушиваясь к потребностям пользователей, банк будет внедрять новые сервисы и возможности.

«Мы хотим уйти от перегруженности интерфейса и дать клиенту возможность совершать повседневные операции максимально просто», — говорит Игорь Бутенко.

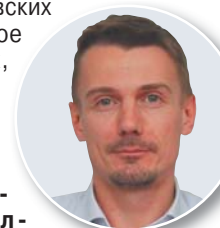
Главная особенность мобильного банка 2021 года — интуитивно понятная и быстрая навигация. Любую операцию можно провести за минимальное количество шагов. Все действия в новом мобильном банке не требуют излишних размышлений и просты, а также на 100% соответствуют привычным действиям в других приложениях или функциях смартфона. Таким образом, банк сохранил максимальную функциональность мобильного банка при легкости и простоте всех действий.

По этому пути следуют и другие кредитные структуры. То есть на рынке виден тренд на упрощение сценариев, чтобы таковые более комфортно вписывались в цифровую среду.

## Тот, кто не струсил и вёсел не бросил

Современный бизнес без привлечения цифровых сервисов уже невозможен. Как рассказывает пресс-секретарь Банка «Открытие» по Северо-Западному федеральному округу Иван Макаров, аналитики его компании раз в полгода отслеживают Индекс цифровизации малого и среднего бизнеса. Это совместное исследование Банка «Открытие», Московской школы управления «Сколково» и Свердловского областного фонда поддержки предпринимательства. Оператором исследования выступает Аналитический центр НАФИ.

«Например, доля компаний сегмента МСБ, которые имеют полноценный корпоративный сайт с детальной информацией, по сравнению с сентябрем 2020 года выросла на 22 п.п. (с 41 до 63%)», — делится



**БАНК  
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ**

**ИПОТЕКА  
С ГОСПОДДЕРЖКОЙ**

**от 5,49%**



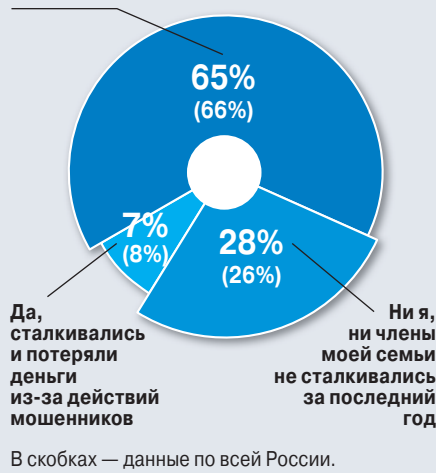
/812/ 329 5050

www.bspb.ru

Валюта кредита — рубли РФ, срок от 1 года до 30 лет. Сумма кредита от 500 000 до 12 000 000 рублей в Санкт-Петербурге, Ленинградской области, Москве, Московской области. Ставка 5,49% годовых при условии первоначального взноса от 15%. Ставки действительны при оформлении услуги страхования. Окончательный размер процентной ставки и размер кредита определяется индивидуально на этапе рассмотрения заявки. Погашение кредита ежемесячными аннуитетными платежами. Заемщики: физические лица — граждане РФ от 18 до 70 лет на момент полного погашения кредита, имеющие постоянную или временную регистрацию в регионе нахождения офисов Банка, со стажем на последнем месте работы не менее 4 месяцев. Процентные ставки действуют с 01.06.2021 по 30.06.2021. Подробные условия кредитования на сайте Банка: www.bspb.ru и по телефону: /812/ 329 5050. ПАО «Банк «Санкт-Петербург». Генеральная лицензия Банка России №436 от 31.12.2014. ОГРН 102780000140, Малоохтинский пр., 64 А. Реклама.

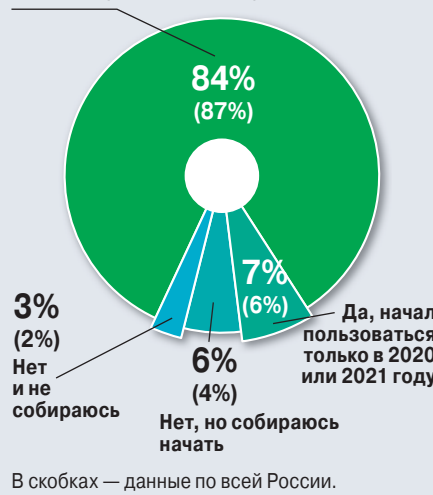
### Двое из трех жителей Петербурга сталкивались с мошенниками

Да, сталкивались, но мошенникам не удалось нанести финансовый ущерб



### Большинство петербуржцев уже пользуются интернет-или мобильным банком

Да, пользуюсь, более двух лет



### Почти половина горожан переводит деньги через систему быстрых платежей

Да, активно пользуюсь



### Четверть жителей Северной столицы не хотят передавать банкам свои биометрические данные

Полностью поддерживаю, за этим будущее



цифрами Иван Макаров. При этом МСБ цифровизирует бизнес сразу по нескольким векторам. Развиваются сайты, онлайн-каналы все агрессивнее используются для продвижения бизнеса и коммуникаций с клиентами. Не последнее место в этом процессе занимает и переход на электронный документооборот.

Следующие изменения касаются делового этикета. С 80 до 85% подросла доля предпринимателей, использующих для работы с клиентами мессенджер, в частности, 10% бизнесменов готовы полностью отказаться от общения лицом к лицу.

А в сфере каналов продвижения бизнеса обращают на себя внимание две тенденции. Число компаний, размещающих рекламу в интернете, растет — с 58 до 66% за год, и параллельно снижается доля игроков, использующих офлайн-каналы продвижения бизнеса. Так, число компаний, подающих рекламу в газеты или на радио, за год снизилось с 43 до 26%.

В то же время растет популярность социальных сетей как рекламоносителя — уже у 70% компаний сегмента МСБ «работает» собственная страничка в соцсетях. Кстати, наиболее используемыми являются Instagram (77%) и «ВКонтакте» (72%).

«Тем временем перевод бизнеса в онлайн послужил мощным стимулом развития подразделений, отвечающих за цифровую безопасность. Доля компаний, не использующих инструменты обеспечения безопасности данных, по сравнению с сентябрем 2020 года снизилась на 7 п. п. (с 28 до 21%), — отмечает Иван Макаров. — При этом каждая третья компания сектора МСБ в настоящий момент имеет утвержденную политику информационной безопасности (34%), каждая вторая — политику конфиденциальности информации (53%).»

И конечно, цифровизация влияет на внутренний документооборот компаний. Все больше компаний комбинируют офлайн- и онлайн-способы ведения документооборота — с сентября 2020 года их доля выросла на 12 п. п. (с 45 до 58%). Если конкретнее, электронный документооборот в настоящее время полностью или частично внедрен в 73% компаний, то есть на 14 п. п. больше, чем в сентябре 2020 года. Также компании все чаще используют технологии на базе машинного обучения и VR/AR.

Кроме того, по сравнению с февралем 2020 года существенно увеличилось использование представителями сегмента МСБ облачных решений и хранилищ данных (с 52 до 63%), корпоративных мессенджеров (с 24 до 39%), онлайн-систем организации командной работы (с 15 до 24%), сервисов для анализа больших данных (с 5 до 11%).

«В то же время обращает на себя внимание и следующий момент, — заключает представитель Банка «Открытие». — Около 80% российских компаний МСБ не имеют в штате собственных специалистов по интернет-маркетингу, веб-разработке и веб-аналитике. Правда, доля игроков, уже формирующих штат подобных специалистов, стабильно растет».

## Всё будет впервые и вновь

Впрочем, даже столь детальная картина не может считаться полной, если не учитывать вызовы, которые несет текущая международная ситуация.

«Все смешалось — противодействие пандемии, общая цифровизация финансовой сферы и фрагментация национальных рынков в рамках обострения конкуренции между странами», — отмечает **председатель правления Ассоциации участников финансового рынка Юрий НОВИКОВ**.

Одни страны пытаются использовать свои преимущества по концентрации капитала и соответственно выстраивают законодательство. Это, например, Англия или Швейцария. Другие государства предпринимают все возможные шаги по сдерживанию внешних игроков и сохранению монополизации своего рынка. Например, Китай.

И отдельно стоит Россия, которая никак не может определиться, следует ли заниматься финтехом без качественного развития инвестиционных возможностей. В частности, без подъема рынка венчурного капитала и выстраивания цепи инвестфондов.

«На этом фоне процесс цифровизации первого уровня банковских розничных сервисов близится к завершению. Но уже сам рынок выдвигает новые требования — чтобы взаимодействие с клиентом происходило на уровне кросс-платформ, — рассуждает специалист. — И клиент сам мог выбирать оптимальные решения из линеек различных финансовых институтов».

Таким образом, констатирует спикер, финансовая индустрия страны находится на перепутье.

«И нам предстоит выбор из ряда взаимоисключающих задач. С одной стороны, нужно четко представлять, в каком направлении следует свой рынок развивать и от каких угроз охранять. С другой стороны, мы должны рынок в гораздо большей степени, чем сейчас, открыть для внешнего капитала и при этом организовать предельно комфортные условия присутствия», — говорит он.

Одним из инструментов по решению названных задач может стать давно анонсированная регуляторная «песочница». Напомним, это площадка с особым правовым статусом, где можно протестировать новые проекты, для которых еще нет законодательства. Если тестирование в «песочнице» пройдет успешно, ЦБ может разработать законодательство для запуска таких проектов. Например, одним из тестируемых проектов обещает стать использование в финансовых сферах квантовых сетей.

## И если цель одна...

При этом в оборот цифровизации попадают такие сферы, до которых прежде банкирам совершенно не было дела. Каза-

лось бы, где банки, а где видеонаблюдение? Лишь одна точка пересечения — обеспечение безопасности в помещениях и на транспорте. Оператор смотрит в монитор и, заметив что-то подозрительное, нажимает тревожную кнопку.

Но такой подход устарел безнадежно. «Наша компания изначально создавалась как дополнительный инструмент по видеонаблюдению, удаленному хранению видеоданных и постепенно стала осваивать видеоаналитику, — рассказывает **директор по развитию IPEYE Игорь БОНДАРЕВ**. — Клиенты заказывают тепловые карты и пространственные решения для ретейла, счетчики посетителей, учет рабочего времени сотрудников, в пандемию используются инструменты контроля социального дистанцирования...»

То есть бизнес держится на трех китах: оборудование — хранение — обработка информации. «И все чаще к нам поступают запросы на видеоаналитику. Нейронные сети позволяют оптимально разворачивать систему под задачи клиента и получать анализ максимально качественно», — поясняет эксперт.

Допустим, есть задача разместить на рекламных щитах города рекламу так, чтобы она попадала в поле зрения конкретной целевой аудитории. Допустим, владельцев «мерседесов». И видеосистема учитывает число проезжающих «мерседесов» по той или иной улице в течение какого-то временного отрезка. И уже опираясь на эти данные, заказчик может выбрать лучшие щиты для размещения рекламы на самых популярных маршрутах.

Сегодня компания преимущественно обслуживает сетевые структуры. Но если говорить о банковской сфере, то запросы есть, и поток постепенно нарастает. К текущему моменту это уже порядка 5% поступающих заказов на обслуживание.

Например, делится Игорь Бондарев, недавно решалась такая задача: при явлении клиента на пороге банковского офиса нужно было организовать процесс так, чтобы гостя встречал именно его персональный менеджер. Чтобы клиент не таял время на ожидание.

## За тех, кому повезет

Понятно, что диджитализация в одной отдельно взятой сфере невозможна. Рано или поздно цифровизация приходит во все смежные территории. Так, **директор СПб ГБУ «Центр развития и поддержки предпринимательства» Лев КУЗНЕЦОВ** рассказывает, какие госуслуги сегодня доступны предпринимателям в онлайн.

«Через личный кабинет [crrp.ru](http://crrp.ru) владельцы бизнеса могут подать уведомление на получение QR-кода на возобновление/

продолжение деятельности, записаться на консультацию Центра или партнеров, зарегистрироваться на образовательные мероприятия, узнать по ИНН, какие меры поддержки они могут получить, направить заявление о согласовании мероприятия численностью более 75 человек, проверить контрагентов, подать заявку на включение в перечень системообразующих организаций», — перечисляет директор Центра.

Далее с помощью онлайн-услуги «Консультация» пользователи получают информацию по различным вопросам открытия и развития бизнеса и мерам поддержки малого и среднего бизнеса в Санкт-Петербурге.

Среди консультаций, где требуется запись заранее, — бухгалтерский учет, юридическая помощь, производственная кооперация и очная встреча по собранному пакету документов для получения статуса «Социальное предприятие».

На сайте можно получить консультацию партнеров Центра на следующие темы: автоматизация работы отдела продаж, подготовка презентаций, франчайзинг, масштабирование идеи, а также советы по продвижению и интернет-маркетингу, финансово-правовую помощь.

А еще через личный кабинет можно зарегистрироваться на бесплатные обучающие мероприятия и программы для развития бизнес-компетенций. Например, на сайте Центра в разделе «Архив трансляций» публикуются записи мероприятий, которые уже состоялись.

«Отдельно стоит отметить проект «Городской акселератор Санкт-Петербурга» для четырех направлений бизнеса — сфера услуг, производство и технологии, креативные индустрии и социальное предпринимательство. Проект реализуется совместно с федеральными и региональными институтами поддержки предпринимательства», — рассказывает Лев Кузнецов.

Предприниматель, который решит принять участие в программе Городского акселератора, получит:

- Диагностику бизнеса: предприниматель узнает, как он сам и его компетенции влияют на развитие его компании.
  - Доступ к городским картам для планирования размещения бизнеса: население и трафик, сеть продаж, конкуренты, отзывы жителей — сервис позволит максимально эффективно выбрать новую локацию для развития компании.
  - Бесплатный доступ к популярным цифровым платформам и сервисам, что поможет снизить расходы. Среди них hh.ru (поиск сотрудников), eLama (сервис интернет-рекламы), «Битрикс24» (CRM, создание сайтов и т.д.) и многие другие.
  - Набор сервисов для решения бизнес-задач: содействие в поиске крупнейших заказчиков, тендерное сопровождение на ЭТП и др.
- Правда, для участия в Городском акселераторе необходимо быть ИП или юридическим лицом, зарегистрированным на территории Санкт-Петербурга. Заявки подаются на сайте <https://espb.pro/>

Игорь ЧУБАХА.

ФОТО: TTFINANCE.RU