

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

DOI: <https://doi.org/10.32836/2521-666X/2018-3-61-12>

УДК 336.71

Кешенкова Н.В.

кандидат економічних наук,
менеджер по продажам,
Сбербанк Росії (ПАО)

ВИРТУАЛЬНЫЕ ОПЕРАТОРЫ СОТОВОЙ СВЯЗИ КАК ЧАСТЬ ПРОЦЕССА ЭВОЛЮЦИИ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ

В статье рассмотрено новое направление для российских банков – создание собственных виртуальных операторов сотовой связи (MVNO). Изучен опыт иностранных игроков рынка банковских услуг, например BancoPosta, Bankinter Spain, Equity Bank Kenya и т. д. С помощью MVNO банки значительно снижают расходы на отправку смс-уведомлений клиентам; сокращают расходы на взаимодействие между сотрудниками (собственная корпоративная связь); получают дополнительную информацию о клиентах; расширяют клиентскую базу; получают доступ к дополнительным деньгам на счетах абонентов. Автором предложен алгоритм выдачи талонов клиентам (безбумажный), которые пришли в банк для осуществления различных операций, с помощью смс-уведомлений на их сотовые телефоны. Также автором обоснована необходимость более тщательно относиться к подключению к банковской услуге «Мобильный банк» с целью сокращения риска мошенничества.

Ключевые слова: банк, смс, виртуальный оператор сотовой связи, глобальный рынок.

У статті розглянуто новий напрям для російських банків – створення власних віртуальних операторів стільникового зв'язку (MVNO). Вивчено досвід іноземних гравців ринку банківських послуг, наприклад BancoPosta, Bankinter Spain, Equity Bank Kenya тощо. За допомогою MVNO банки значно знижують витрати на відправку смс-повідомлень клієнтам; скорочують витрати на взаємодію між співробітниками (власний корпоративний зв'язок); отримують додаткову інформацію про клієнтів; розширюють клієнтську базу; отримують доступ до додаткових грошей на рахунках абонентів. Автором запропонований алгоритм видачі талонів клієнтам (безпаперовий), які прийшли в банк для здійснення різних операцій, за допомогою смс-повідомлень на їхні стільникові телефони. Також автором обґрунтовано необхідність більш ретельно ставитися до підключення до банківської послуги «Мобільний банк» з метою скорочення ризику шахрайства.

Ключові слова: банк, смс, віртуальний оператор стільникового зв'язку, глобальний ринок.

Keshenkova Natalya. VIRTUAL CELLULAR OPERATORS AS A PART OF THE PROCESS OF EVOLUTION OF THE BANKING SYSTEM

The article identifies the following methods for introducing banks to the market of cellular operators: 1 way – through the direct purchase of one of the players on the market of cellular operators; 2 way – building a long-term partnership with a mobile operator; 3 way – creating your own virtual mobile operator. According to experts, Russian banks have begun to actively create their own virtual mobile operators (MVNO – Mobile Virtual Network Operator). For example, the mobile operator Sberbank SberMobile, Tinkoff Bank – Tinkoff Mobile. For example, such foreign banks today have their own virtual mobile operators: BancoPosta, Bankinter Spain, Equity Bank Kenya, etc. The objectives of banks in creating their own MVNO: short-term: a source of additional non-interest income; increase customer base; medium term: provision of additional services; retaining the client through a larger set of services, which links him to the bank and increases his transactional activity, in the medium term will lead to an increase in revenues from this segment; long-term: collection and analysis of big data, and therefore a huge competitive advantage in the market of electronic financial services and lending; building

a competitive scoring model, with the help of which the bank will be able to offer users of electronic stores an instant online loan by phone number or email address in the process of paying for purchases. Benefits of banks from the creation and use of their virtual mobile operator: a significant reduction in the cost of sending SMS notifications to customers; reduction of expenses for interaction between employees (own corporate communication); getting additional information about customers; the expansion of the customer base; access to additional money on subscriber accounts. The author proposes an algorithm for issuing tickets to an electronic queue to customers using SMS notifications. For example, a client came to the bank, pressed a button on a coupon issuing device, and he received an SMS with the number of his coupon on his cell phone. Client benefits: the client will not lose the coupon, because coupon in his cell phone; saving time, because The client can take the coupon in his personal account on the eve of his arrival at the bank. Bank benefits: cost savings per paper; authentication of the customer's phone number; the absence of discarded coupons at the bank's office (the absence of unwilling customers in their turn), etc. The author also substantiates the need to treat the procedure for connecting such a banking service as "Mobile Bank" more carefully, since if the client's phone number is entered incorrectly, when activating a bank card, third-party motive actions may be committed.

Key words: bank, sms, virtual mobile operator, global market.

Постановка проблемы. Самая главная проблема и задача любого бизнеса – это поиск и привлечение клиентов, то есть увеличение клиентской базы с целью увеличения прибыли за счет новых форм, способов и технологий предоставления услуг банка. Эту проблему можно решить в том числе и за счет создания собственных виртуальных операторов сотовой связи.

Анализ исследований. В последнее десятилетие в России появился ряд интересных исследований, отражающих исследуемую тему банковского бизнеса. Среди них особую ценность имеют труды Д. Борсукова [1, с. 4–6], К.М. Горбунова [2, с. 89–103], П.В. Еремина [4, с. 87–88], А.С. Громова [3, с. 7–28], К.А. Антонова и других авторов.

Цель статьи: изучить такое новое направление банковской деятельности, как виртуальные операторы сотовой связи.

Задачи статьи:

1. Проанализировать виртуальных операторов сотовой связи российских банков.
2. Изучить историю создания виртуальных операторов сотовой связи зарубежных банков.
3. Выявить основные выгоды банков от создания собственных виртуальных операторов сотовой связи.

Изложение основного материала. Сегодня мир становится мобильным, и банки вынуждены отвечать на вызовы времени все большей мобильностью. Постепенно стираются границы между банками и операторами сотовой связи. При этом экспансию на тер-

риторию мобильных операторов банк может осуществлять следующими способами:

1-й способ – через прямую покупку одного из игроков рынка сотовых операторов. (Первый способ сопряжен с множеством возможных ограничений, начиная от размера потенциального партнера в случае покупки до сложности в технической интеграции).

2-й способ – выстраивание с оператором сотовой связи долгосрочного партнерства. (Сложности в получении необходимых данных об абоненте).

3-й способ – создание собственного виртуального оператора сотовой связи. По мнению экспертов, грамотным решением для банков выглядит создание собственного виртуального оператора с невысоким барьером для входа в смежную индустрию и возможностью выстраивать индивидуальные продуктовые решения. По мнению специалистов, российские банки начали активно создавать собственных виртуальных операторов сотовой связи (MVNO – Mobile Virtual Network Operator). Например, оператор сотовой связи (ПАО) Сбербанка «СберМобайл», Тинькофф Банка – «Тинькофф мобайл». Так, по статистическим данным, ежемесячно 23 миллиона человек отправляют sms-запросы банку (запрос баланса, запрос выписок по банковской пластиковой карте, оплата звонков мобильного телефона, переводы денежных средств с карты на карту. Например, в Сбербанке 76 млн. клиентов подписаны на услугу sms-информирования.

По данным Allied Market Research, глобальный рынок мобильных платежей в 2016 году составил \$601 млрд и к 2023 году увеличится до \$4,6 трлн, при этом доля транзакций через смс-подтверждение будет занимать существенную часть.

В России ниша платежей со счетов мобильных телефонов, по оценкам InPlat, составила 42 млрд рублей в 2016 году и прирастает на 15–20% ежегодно. Интеграция MVNO с мобильным банкингом в конечном счете усилит позиции банков в сегменте мобильных платежей и позволит накопить

дополнительные компетенции для формирования будущей цифровой мобильной стратегии [5].

Основные цели, которыми руководствуются банки при создании собственного виртуального оператора сотовой связи MVNO, представлены в таблице 1.

Стоит заметить, что бум запуска виртуальных операторов в банковской сфере в мире пришелся на 2000-е годы [6]. В таблице 2 представлены иностранные банки, которые создали и запустили свои виртуальные операторы сотовой связи.

Таблица 1

Основные цели, которыми руководствуются банки при создании собственного виртуального оператора сотовой связи

№ п/п	Краткосрочные цели	Среднесрочные цели	Долгосрочные цели
1.	Источник дополнительного непроцентного дохода.	Предоставление дополнительных сервисов.	Сбор и анализ больших данных, которые уже давно стали ежедневным инструментарием как для банков, так и для мобильных операторов. Игрок, который сможет замкнуть в собственной экосистеме данные о банковских транзакциях и о мобильном абоненте (геопозицию, наиболее часто посещаемые сайты, структуру потребления мобильного трафика), получит огромное конкурентное преимущество на рынке электронных финансовых услуг и кредитования.
2.	Увеличение клиентской базы.	Удержание клиента через большой набор услуг, который привязывает его к банку и увеличивает его транзакционную активность, в среднесрочной перспективе приведет к росту доходов от этого сегмента.	Для банков MVNO – это инструмент построения наиболее конкурентоспособной скоринговой модели, с помощью которого банк сможет предлагать пользователям электронных магазинов моментальный онлайн-кредит по номеру телефона или адресу электронной почты в процессе оплаты покупок.

Таблица 2

Зарубежные банки, запустившие виртуальные операторы сотовой связи

№ п/п	Год	Название банка	Комментарии
1.	2007	BancoPosta (Италия)	Одним из первопроходцев стал BancoPosta (Италия) в 2007 году, который быстро занял долю более чем в 50% на национальном рынке MVNO.
2.	2008	Bankinter Spain (Испания)	Bankinter Spain создал своего оператора в 2008 году и быстро добился проникновения услуги среди собственных банковских клиентов в 25%.
3.	2014	Equity Bank Kenya (Африка)	Equity Bank Kenya запустил аналогичный сервис в 2014 году, и ему удалось за 6 месяцев набрать базу подписчиков в 600 000 абонентов.

Выгоды банков от создания своего виртуального оператора сотовой связи: Во-первых, все банки стремятся в сторону «диджитализации», что подразумевает удаленное обслуживание. Как следствие, значительная часть коммуникаций банков с клиентами осуществляется с помощью sms (при входе в личный кабинет, при прохождении двухфакторной идентификации, при совершении транзакций и пр.). Каждое sms-уведомление стоит денег. При наличии собственного оператора сотовой связи отправка сообщений клиентам можно организовать без посредников и таким образом значительно снизить расходы.

Во-вторых, виртуальными операторами сотовой связи становятся крупные банки с большим штатом персонала, и собственная корпоративная связь также позволяет сократить расходы на взаимодействие между сотрудниками. Это особенно актуально при наличии огромного количества филиалов по всей стране.

В-третьих, наличие собственного оператора сотовой связи позволяет банкам получать гораздо больший пласт информации о своих клиентах.

В-четвертых, это расширение воронки продаж. Если абонент подключился к оператору сотовой связи банка, то последнему будет проще продавать основные банковские услуги.

В-пятых, это доступ к дополнительным деньгам на счетах абонентов [7].

Новизна. Сегодня схема работы российских банков по обслуживанию физических лиц (клиентов) на первоначальном этапе следующая: клиент приходит в банк, берет талон (на котором написана буква и цифра) при помощи СУО (системы управления очередью) и ждет, когда его вызовут в окно для совершения той или иной банковской операции. С целью экономии затрат на бумагу для талонов клиентам предлагаем следующее:

1. Клиент приходит в банк. Сегодня у каждого клиента, который имеет банковскую пластиковую карту, подключена услуга «мобильный банк», то есть sms-информирование (экономный – бесплатный или полный – платный пакеты).

2. Нажимает на кнопку СУО для получения талона, номер которого приходит ему на сотовый телефон посредством sms-информирования. Например, если это Сбербанк, то на номер 900 приходит sms следующего содержания: «Талон Т1-карта, забрать готовую, Сбербанк, адрес: г. Москва, ул. Вавилова, 9. Ожидание в очереди 10 минут». (При этом если клиент не хочет ждать своей очереди, например, он спешит, то посредством sms он может отменить свой талон и покинуть очередь, а следовательно, и отделение Сбербанка. Также для тех, кто спешит, может быть предусмотрена возможность в личном кабинете клиента взять талон дистанционно перед приходом в банк).

Плюсы для клиента: 1) клиент не теряет талон, так как талон в его сотовом телефоне; 2) экономия времени, поскольку клиент может взять талон в личном кабинете накануне прихода в банк.

Плюсы для банка: 1) экономия расходов на бумагу; 2) проверка подлинности номера телефона клиента, так как если sms подключено на его номер, то клиент получает талон на свой мобильный телефон, а если у клиента указан неверный номер телефона, то это сразу будет выявлено сотрудниками банка и подключена услуга sms-информирования с целью предотвращения мошеннических действий третьих лиц и получения электронного талона; 3) отсутствие сброшенных талонов в отделении банка (не дождавшихся своей очереди клиентов), так как клиент может с помощью sms отменить свой талон-визит; 4) экономия затрат банка на урны для талонов и бумаг (нет мусора) в связи с переходом на электронный документооборот.

3. Клиента вызывает сотрудник банка по номеру, который указан в его мобильном телефоне.

Также участились случаи судебных разбирательств с банками по поводу того, что клиенты по ошибке вводят неправильные цифры своего мобильного телефона на банкомате для подключения sms-сервиса банка. В результате посторонние люди, телефон которых по ошибке введен клиентом банка, имеют доступ

к его счетам и могут спокойно распоряжаться чужими денежными средствами.

Также при подключении sms-сервиса клиенту сотрудником банка его номер телефона вводится сотрудником банка со слов клиента или записки, на которой указан номер телефона самим клиентом. Официального подтверждения о том, что указанный номер телефона принадлежит именно этому клиенту, нет. Таким образом, при неправильном вводе номера телефона страдает и клиент, и сотрудник банка.

Например, такой случай: клиент получил новую карту и пошел к банкомату, чтобы подключить sms-уведомления о своих расходных операциях. При вводе номера своего мобильного телефона допустил ошибку в одной цифре. Смс пришла чужому лицу о том, что его номер телефона подключен к какой-либо банковской пластиковой карте. Стороннее лицо через свой мобильный телефон посредством sms запрашивает баланс по чужой карте. Ему приходит ответ о том, что там есть столько-то денег. Сторонний клиент посредством своего же sms-сервиса переводит эти деньги на свою карту или переводит себе на оплату сотового телефона. Таким образом держатель карты лишается своих денежных средств. Встает вопрос, кто виноват в данной ситуации: банк с услугой sms-уведомлений или клиент, который ошибся в цифре своего мобильного телефона.

Другой пример, в котором ошибку совершает сотрудник банка, который вводит ошибочно написанный телефон клиента в программу для подключения sms-сервиса к новой карте. Ситуация аналогичная. Кто виноват: сотрудник банк, который ввел в программу заранее умышленно или неумышленно неправильный номер телефона кли-

ента, или клиент, который просто ошибся в одной цифре своего мобильного телефона?

В этой связи назрела интеграция банков и мобильных операторов, таких как МТС, Билайн, Мегафон и т. д. То есть необходимо во избежание ошибок как клиентов, так и сотрудников банка при наборе номера телефона клиента отправлять запрос официальному оператору сотовой связи на принадлежность данного номера телефона клиенту. Также это позволит выявить мошенников на предмет легальности их сим-карты. Конечно, данная процедура подключения займет немного больше времени, чем обычно. Зато сократятся риски мошенничества – возможность списания чужих денежных средств за счет доступа к счетам клиента сторонними лицами.

Выводы:

1. Доля платежей, совершенных при помощи операторов сотовой связи, увеличивается из года в год, такое положение усиливает позиции банков в сегменте мобильных платежей. Например, оператор сотовой связи (ПАО) Сбербанк «СберМобайл», Тинькофф Банка – «Тинькофф мобайл».

2. К иностранным банкам, запустившим собственных виртуальных операторов сотовой связи, относятся BancoPosta, Bankinter Spain, Equity Bank Kenya и т.д.

3. К основным выгодам банков от создания собственных виртуальных операторов сотовой связи относятся: значительное снижение расходов на отправку sms-уведомлений клиентам; сокращение расходов на взаимодействие между сотрудниками (собственная корпоративная связь); получение дополнительной информации о клиентах; расширение клиентской базы; получение доступа к дополнительным денежным средствам на счетах абонентов.

Список использованных источников:

1. Барсуков Д. Рынок ДБО для физических лиц может вырасти в десятки раз // Банковские технологии. 2010. № 1. С. 4–6.
2. Горбунов К.Н. Банки и компании телекоммуникации: новые продукты, новые возможности / К.Н. Горбунов // ЭКО. 2011. № 8. С. 89–103.
3. Громов А.С. Электронные банковские услуги в условиях глобализации / А.С. Громов // Банковские услуги. 2008. № 6. С. 7–28.

4. Еремін П.В. перспективи розвитку ДБО фізических лиц в Росії / П.В. Еремін // Сборник научных трудов Sworld по материалам международной научно-практической конференции. 18(2010). 4 (декабрь). С. 87–88.

5. Официальный сайт Allied Market Research. URL: <https://www.alliedmarketresearch.com/>.

6. Сухаревская А. Сотовые операторы нашли новый способ зарабатывать на клиентах банков. «Большая четверка» операторов стала взимать плату за sms на сервисные номера банков URL: <https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2018/09/17/781112-sotovie-operatori-sposob-zarabativat-na-klientah-bankov>.

7. Волков В. Банки нацелились на виртуальный сотовый бизнес. URL: <https://digital.report/banki-natselilis-na-virtualnyiy-sotovyiy-biznes/>.