

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт экономики, управления и природопользования

Кафедра международных экономических отношений

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ А.В. Григорьев
подпись инициалы, фамилия
« _____ » _____ 2016 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 Экономика

Оценка эффективности внедрения мобильного приложения
на примере ООО «Крона-Банк»

Руководитель _____ канд. экон. наук Е.А. Кашкарева

Выпускник _____ М.С. Пимоненко

Нормоконтролер _____ Колышкина Д.Н.

Красноярск 2016

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1. Теоретические аспекты исследования мобильных банковских приложений	6
1.1. Исследование мобильных банковских приложений в российской практике	6
1.2. Исследование банковских приложений для мобильных устройств за рубежом.....	17
1.3. Перспективы мобильных приложений в банковской сфере.....	231
2. Исследование продуктовой линейки ООО «Крона-Банк».....	27
2.1. Финансово-экономическая характеристика деятельности филиала ООО «Крона-Банк».....	27
2.2. Анализ состава и структуры розничных и корпоративных банковских продуктов, услуг филиала	36
2.3.Эффективность реализации банковских продуктов и услуг филиала...	44
3. Предложение по созданию мобильного приложения на примере банка ООО «Крона-Банк»	60
3.1. Внедрение мобильного банковского приложения на примере ООО «Крона-Банк».....	60
3.2. Оценка эффективности внедрения мобильного приложения на примере банка ООО «Крона-Банк»	65
Заключение	70
Список используемых источников и литературы.....	72
Приложения А-Д	79-88

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Мобильный канал становится все более важным в ландшафте удаленного взаимодействия между банками и их клиентами. «Многие игроки выстраивают свою digital-стратегию исходя из концепции mobile-first, предполагающую приоритет мобильного канала в обслуживании физических лиц. По данным исследования e-Finance User Index 2015 агентства Marksw Webb Rank & Report, количество пользователей мобильного банкинга к октябрю 2014 года достигло 17 миллионов, показав годовой рост на 58%» [22].

Проникновение мобильного банкинга сопровождается возрастанием конкуренции в этой среде. Потребители уже не готовы довольствоваться элементарным приложением, а ищут полноценный – функциональный, удобный инструмент управления своими финансами через мобильное устройство.

Поиск новых экономических инструментов, технологий и направлений развития банковских услуг в условиях обострившейся конкуренции, обусловлен наличием ряда проблем, среди которых наиболее важными представляются следующие[44]:

- Во-первых, «развивающийся российский рынок банковских услуг, обеспечивающий достаточно высокий уровень маржи по сравнению с рынками развитых стран, является весьма привлекательным для иностранных финансовых структур, приход которых на финансовые рынки России приводит к повышению концентрации рынка, и, как следствие, - увеличению конкурентного давления» [44].

- Во-вторых, «сформировавшаяся в последние годы тенденция роста российской экономики и развития её реального сектора привели к снижению доходности спекулятивных инструментов, традиционно служивших основным источником прибыли для банков, что, в свою очередь, обусловило значительное обострение конкурентной борьбы за ресурсную и

клиентскую базу, способствовало региональной экспансии филиальных сетей банков» [44].

- В-третьих, «в период реформирования российской экономики произошло существенное изменение системы ценностей потребителей банковских услуг, смещение акцента с ценовых характеристик продукта на сервисные (комфорт, скорость и качество), что повышает значимость разработки и реализации современных технологий удовлетворения спроса клиентов» [44].

- В-четвертых, «в сложившихся условиях важным моментом представляется выявление перспектив сохранения российскими банками стратегических конкурентных преимуществ на национальном финансовом рынке, несмотря на усиление присутствия зарубежных компаний. Это требует изучения страновых особенностей становления рынка банковских услуг, выявления основных тенденций развития, обоснования комплекса технологий повышения эффективности работы с клиентами в условиях конкуренции» [44].

Итак, на сегодняшний день, перед российскими банками стоят следующие задачи:

- расширение набора банковских услуг - платежных, коммерческих, инвестиционных в целях привлечения клиентов-предприятий в условиях сложившейся конкуренции;

- внедрение новых услуг с использованием высокотехнологичного современного оборудования;

- повышение эффективности новых банковских услуг предприятиям.

Указанным вопросам посвящены исследования следующих зарубежных ученых: Долана Эдвина Дж., Х. А. Витрюха, Ж. Гаспермана, Г. Дистерера, О. Тоффлера.

Из российских ученых можно выделить следующих: Е. И. Ананкина, А. И. Ведева, И. А. Лаврентьева, А. М. Тавосиева, В.А. Москвина, Е.Т.

Шарипова, М.З. Бора, И. П. Бубенцовой, Т.Е. Крылова, В. В. Пятенко, Е.А. Тарханова.

Вместе с тем, на сегодняшний день, требуется иной подход к исследованию эффективности новых банковских услуг и их влияния на банки. До сих пор остаются вопросы, требующие дальнейшей разработки. Недостаточно раскрыты сущность и особенности новых банковских услуг как технического и экономического явления, лежащего в основе современных направлений банковского бизнеса, последствия оказания этих услуг для банковского сектора в целом и отдельных банков как за рубежом, так и в России.

Цель выпускной квалификационной работы заключается в проведении анализа продвижения услуг ООО «Крона-Банк» и разработке мероприятий по совершенствованию организации банковского обслуживания в ООО «Крона-Банк» путем внедрения нового банковского продукта.

Для достижения поставленной цели в работе нужно решить следующие задачи:

- Провести анализ теоретико-методологических основ формирования и продвижения мобильных банковских приложений.
- Дать характеристику ООО «Крона-Банк».
- Провести анализ банковских продуктов и услуг ООО «Крона-Банк».
- Провести анализ инновационных банковских услуг в России.
- Выработать мероприятия по совершенствованию организации банковского обслуживания в ООО «Крона-Банк» путем внедрения нового банковского продукта.

Предметом выпускной квалификационной работы является процесс разработки новых банковских услуг и продуктов.

Объект – банковские услуги и продукты.

Структура работы обусловлена целью и задачами. Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка используемой литературы и приложений.

1. Теоретические аспекты исследования мобильных банковских приложений

1.1. Исследование мобильных банковских приложений в российской практике

Банковский продукт представляет собой шаблон «типовой сделки». Он описывается как совокупность услуг, которые банк предоставляет клиенту, и ресурсов, которые банк получает от клиента или предоставляет клиенту в рамках типового договора. Описание банковского продукта содержит:

- «- указание на финансовый инструмент;
- условия продажи финансового инструмента;
- перечень услуг, которые могут быть оказаны клиенту в рамках данной «типовой сделки» (банковского продукта);
- условия обслуживания (тарифные планы).

Примеры банковских продуктов:

- типовой перечень услуг и тарифов на расчетное обслуживание клиентов;
- типовой перечень услуг и тарифов по инкассации;
- типовой вклад;
- типовой кредитный договор»[19].

Следует иметь в виду, что банковские продукты в системе формируются заранее. «При заключении конкретной сделки с конкретным клиентом используется банковский продукт из существующего набора. Это позволяет значительно сократить затраты и время от первого контакта с клиентом до заключения сделки. Договор на обслуживание отражает конкретную сделку с клиентом. Каждая продажа банковского продукта клиенту оформляется и регистрируется как договор» [19]. Примеры договоров:

- договор на РКО с конкретным клиентом;
- депозитный договор с конкретным клиентом;

- кредитный договор с конкретным клиентом;
- сделки по межбанковским операциям.

На рисунке 1 представлена схема действия банковского продукта.

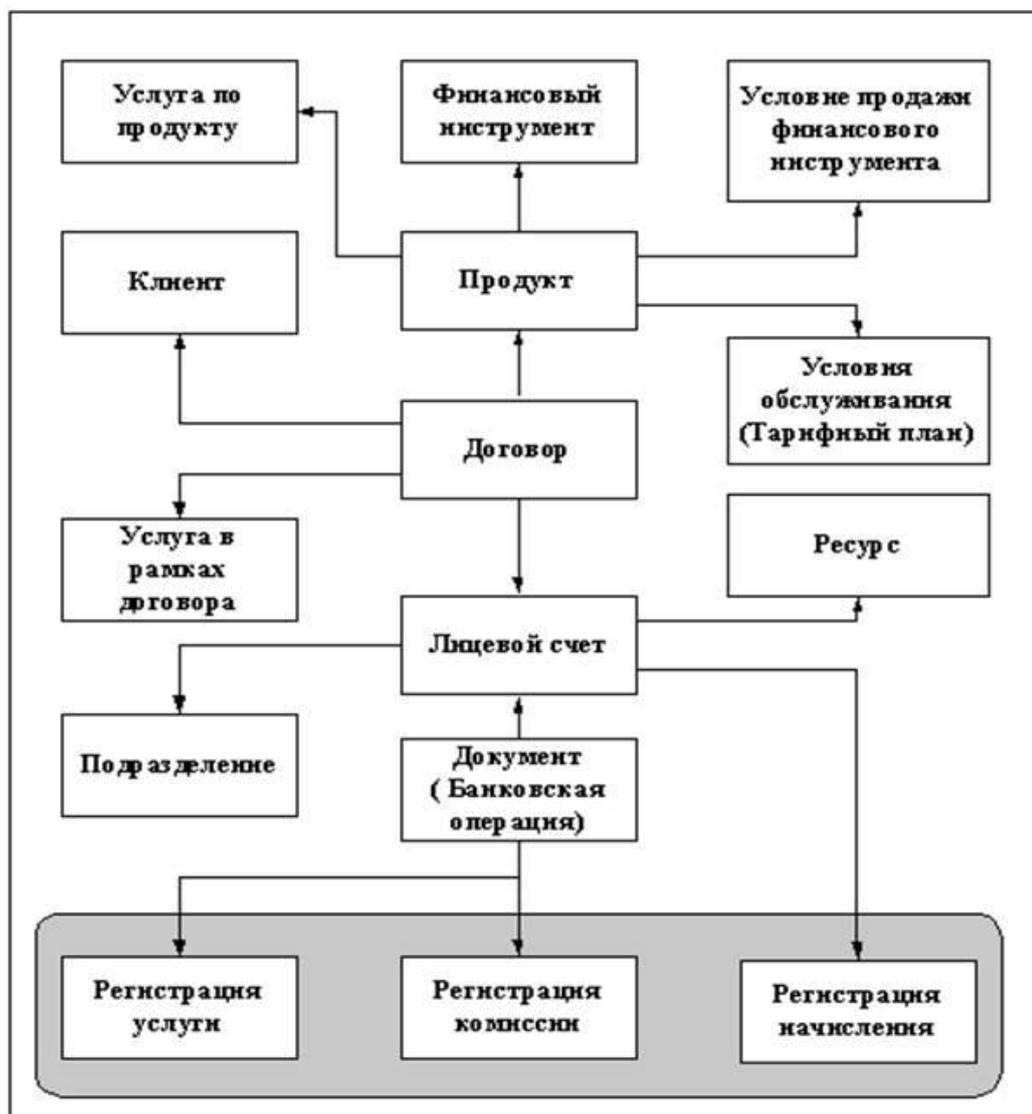


Рисунок 1 –Схема действия банковского продукта[19]

К каждому договору, отражающему конкретную сделку с клиентом, привязаны лицевые счета и услуги, которые можно оказывать в рамках договора. Лицевые счета используются для учета привлеченных/размещенных ресурсов по договору.

Эта модель позволяет выполнять учет доходов и расходов банка, связанных с конкретной продажей продукта и группировать их по продукту в целом.

Можно выделить следующие составляющие доходов и расходов по банковским продуктам[13]. Расходы и доходы по банковским продуктам складываются из стоимости услуг и стоимости ресурсов. Причем для разных банковских продуктов значения позиций «расходы» и «доходы» различны.

Для услуг:

1. Расходы - это затраты банка на оказание данной услуги. (Описывается как экспертно оцененная фиксированная сумма по каждой типовой услуге).
2. Доходы - это комиссия, взимаемая с клиента. (Описывается как гибко настраиваемый тариф).

Для привлеченных ресурсов:

1. Расходы - это процентные выплаты клиенту по привлеченным ресурсам. (Описывается как гибко настраиваемая процентная схема).
2. Доходы - это стоимость ресурсов для банка - внутренняя трансфертная цена ресурса. (Описывается как гибко настраиваемая процентная схема без отражения в балансе банка).

Для размещенных ресурсов:

1. Расходы - это стоимость ресурсов для банка - внутренняя трансфертная цена ресурса. (Описывается как гибко настраиваемая процентная схема без отражения в балансе банка).
2. Доходы - это процентные начисления клиенту по размещенным ресурсам.

Таким образом, банковский продукт представляет собой шаблон «типовой сделки». Он описывается как совокупность услуг, которые банк предоставляет клиенту, и ресурсов, которые банк получает от клиента или предоставляет клиенту в рамках типового договора.

На фоне развития банковских технологий, необходимости повышения эффективности и снижения издержек, а также серьезной конкуренции на рынке многие банки признали необходимость развития дистанционного канала как для обслуживания имеющихся клиентов, так и для привлечения новых[31].

В России мобильный банкинг прошел долгий путь: от создания Java-версии сайтов в начале 2000-х до разработки уникальных приложений, осуществляющих переводы денежных средств при соприкосновении двух смартфонов. Крупнейшие российские банки оценили инновационность подхода и существенно увеличили количество продуктовых предложений, доступных клиентам через смартфоны. В свою очередь, средние по размеру банки включились в конкурентную борьбу за клиентов-владельцев смартфонов. Более того, появились новые игроки, которые выстраивают свою стратегию и бизнес-модель исключительно на основе дистанционных каналов обслуживания[32]. Далее проведем сравнительный анализ мобильных банковских приложений на российском рынке с целью выявления его особенностей и уровня зрелости. При тестировании, прежде всего, оценивались удобство и функциональность приложений с позиции клиентов и предъявляемых ими требований.

Мобильный банкинг является одним из наиболее быстрорастущих сегментов дистанционного банковского обслуживания, формирующий новые паттерны пользовательского поведения. В ситуации, когда платежный интерфейс все чаще не связан напрямую с источником фондирования выигрывают те приложения, которые используют максимальные возможности мобильного устройства и предлагают удобный, простой и функциональный интерфейс. Именно конкуренция в области функционала и дизайна интерфейса мобильных приложений является одним из ключевых драйверов развития данного рынка.

По мнению аналитиков J'son & Partners Consulting мобильный банк также должен не повторять функционал интернет-банка, а логически

развивать его, учитывая потребности пользователей и ограничения мобильного устройства. В данной ситуации критически важно для финансовых организаций выявить предпочтения потребителей в области функционала, интерфейса и пользовательского опыта[31].

По результатам исследования Mobile Banking Rank 2015 - четвертая волна ежегодного исследования эффективности сервисов мобильного банкинга физических лиц, проводимого аналитическим агентством Markswebb Rank & Report, 48% или 17 млн российских интернет-пользователей в возрасте от 18 до 64 лет, проживающих в городах с населением от 100 тысяч человек, пользуются мобильным банкингом для частных лиц. Количество пользователей мобильного банкинга для частных лиц в России выросло за год на 58%[1].

75% пользователей мобильного банкинга имеют доступ и пользуются только одним банковским мобильным приложением, 18% – мобильными приложениями двух банков.

Наиболее популярными мобильными банками среди российских пользователей являются Сбербанк Онлайн, Альфа-Мобайл Альфа-Банка, мобильные банки ВТБ24, Тинькофф Банка (Банк ТКС) и Связного Банка. При этом мобильным банком Сбербанка пользуются более 72% всех пользователей мобильных банковских приложений в России. У ближайших конкурентов – Альфа-Банка и ВТБ24 – аудитория мобильного банкинга в 8 раз меньше – по 8,7% пользователей мобильного банкинга в России.

Проникновение сервиса мобильного банкинга в клиентскую базу заметно различается от банка к банку, но в среднем находится в диапазоне 10-25% от всех клиентов банка, имеющих доступ в интернет. Наиболее высокую долю пользователей мобильного банкинга по отношению ко всем клиентам банка, имеющим доступ к интернету, показывают Сбербанк России (46%) и Связной Банк (37%). Наименьшую долю (около 10%) — Ренессанс Кредит, Банк Москвы, Россельхозбанк.

Наиболее распространенными мобильными приложениями среди российских банков являются приложения для iPhone и смартфонов Android – из 27 исследованных банков все 27 имеют такие приложения. Приложения для смартфонов с операционной системой Windows Phone предлагают клиентам только 10 банков из 27. Приложения адаптированные для планшетов с операционными системами iOS и Android предлагают 15 и 8 банков из 27 исследованных, соответственно.

Наиболее эффективными мобильными банками с точки зрения наличия функций и удобства интерфейсов по результатам исследования были признаны мобильные приложения для смартфонов Тинькофф Банка (далее – Банк ТКС), Промсвязьбанка, Сбербанка, Банка Уралсиб и ВТБ24. Наиболее эффективные приложения для планшетов предлагают Банк Авангард, Банк Уралсиб и Райффайзенбанк (данные рейтингов представлены в Приложении А).

Компания «Делойт» провела сравнительный анализ мобильных банковских приложений на российском рынке с целью выявления его особенностей и уровня зрелости. При тестировании оценивались удобство и функциональность приложений с позиции клиентов и предъявляемых ими требований.

«Анализ показал, что даже не все банки, входящие в рейтинг топ-20, имеют собственные мобильные приложения. Однако в лидерах оказались менее крупные банки, такие как ТКС Банк и Связной Банк, обладающие, по данным «Делойт», одними из лучших мобильных банковских приложений на российском рынке»[33].

Все банки, попавшие в десятку лидеров настоящего сравнительного анализа, характеризуются высокими оценками по блоку «Депозиты и дебетовые карты». Другим наиболее развитым элементом является блок «Платежи и переводы».

Наименее развитыми элементами мобильных банковских приложений являются блоки «Кредиты и кредитные карты» и «Дополнительные

возможности». Даже многие банки, вошедшие в десятку лидеров, не отличаются широкой функциональностью и современными возможностями мобильных приложений, которые могут быть востребованы у клиентов.

Самыми популярными платформами мобильных приложений являются iOS и Android. Большинство банков разработало приложения на обеих платформах или на одной из них. Остальные платформы значительно менее популярны.

По количеству отзывов, оставляемых пользователями мобильных банков, можно сказать, что их клиенты чаще устанавливают мобильные банковские приложения на смартфоны с системой Android. В то же время значения рейтингов приложений, работающих как на этой операционной системе, так и на системе iOS, приблизительно одинаковы у банков выборки.

Большая часть позитивных отзывов клиентов банков высказана в отношении таких параметров, как удобство, стабильность и интуитивная навигация. Пользователи регулярно обращают внимание на недостатки, связанные с мерами обеспечения безопасности, которые, по их мнению, зачастую являются избыточными[32].

В целом, рассматриваемые мобильные банки предоставляют пользователям одинаковые по функционалу приложения, и лишь немногие из них предлагают уникальные функции, такие как считывание реквизитов платежа по QR-коду или управление личными финансами. Наиболее передовым в этом отношении является Альфа-Банк: он предлагает своим пользователям возможность наблюдать в режиме онлайн степень загруженности отделений, осуществлять переводы по технологии BUMP и поиск банкоматов с помощью технологий «дополненной реальности».

По результатам сравнительного анализа и оценкам консультантов «Делойта» [32] мы представляем десять лучших мобильных банковских приложений (Таблица № 1.1).

Эти банки получили самые высокие оценки по результатам тестирования, проведенного среди всех исследованных приложений выбранных нами банков.

Таблица 1.1. -Характеристики приложений лидирующих банков

№ п/п	Наименование банка	Характеристики приложения
1.	Банк ТКС (Тинькофф)	Безоговорочный лидер исследования – мобильное банковское приложение от Банка ТКС. Широкий функционал и удобство использования приложения позволяют в полной мере реализовывать бизнес-модель банка без открытия отделений.
2.	Альфа-Банк	Приложение от Альфа-Банка отличается от остальных широким набором уникальных технологических возможностей. Кроме того, интуитивный интерфейс и широкая функциональность по работе с картами уверенно ставят это приложение в тройку лидеров.
3.	Сбербанк	Сбербанк предлагает своим пользователям удобное и лаконичное приложение с большим набором функций. Из его особенностей можно отметить широкую функциональность по работе с депозитами и дебетовыми картами.
4.	ВТБ24	Приложение от ВТБ24 предлагает своим пользователям широчайшие возможности для проведения платежей и переводов. Кроме того, по нашей оценке, приложение является одним из самых безопасных среди исследуемых приложений.
5.	Авангард	Сильной стороной приложения от банка Авангард является работа с платежами и переводами. Приложение также обладает такими уникальными функциями, как возможность планирования путешествий и приобретения авиабилетов.
6.	Русский стандарт	Сильной стороной приложения являются его широкие возможности по работе с кредитами и кредитными картами. Кроме того, это единственное приложение, с помощью которого можно открыть депозит и отправить заявку на получение кредита, при этом даже не являясь клиентом банка.
7.	НОМОС банк	Приложение предлагает пользователям полный спектр услуг, в том числе широкие возможности по осуществлению переводов и работе с депозитами. Особенностью приложения является возможность открытия и управления металлическими счетами.
8.	Связной банк	Приложение от Связного Банка позволяет четко отображать расходы клиента и распределять их по категориям. К очевидным преимуществам приложения относятся отличный дизайн и удобный интерфейс для осуществления платежей.
9.	Райффайзен банк	Приложение от данного банка имеет одинаково развитый функционал по каждому из направлений. Среди отличительных особенностей можно отметить наличие кредитного калькулятора.
10.	Хоум Кредит Банк	Предлагает своим пользователям удобное приложение с развитым функционалом по работе с депозитами и дебетовыми картами. Приложение позволяет приобретать новые продукты и быстро связываться с банком.

Лидером среди исследованных мобильных банковских приложений стал мобильный банк от Банка ТКС. Он существенно опережает ближайшего конкурента – Альфа-Банк.

Между остальными приложениями, попавшими в рейтинг Топ-10, нет такого большого разрыва, как между первым и вторым местами. Средний балл равномерно распределен среди мобильных приложений всех остальных банков, участвовавших в исследовании.

Таким образом, большая часть крупнейших российских банков использует мобильные приложения как полноценный канал продаж и предоставляет клиентам широкую мобильную продуктовую линейку. Эти банки воспринимают мобильный банкинг как важный элемент корпоративной стратегии и системно подходят к переводу клиентов в этот канал обслуживания.

Для разработки нового продукта/услуги, в частности мобильного приложения для ООО «Крона-Банк», необходимы определенные ресурсы, в частности: знания, организация работ, поэтому следует говорить об определенной технологии. Как справедливо отмечает М.В. Ключникова: «данная технология - значительный шаг в формализации деятельности банка, и ее применение имеет большое значение и выгоды для банка»[21]. Перечислим эти выгоды:

«- Систематизация и унификация всех правил, документов и средств по разработке нового приложения в единой технологии.

- Снижение времени и издержек при разработке и запуске новых продуктов/ услуг.

- Повышение качества управления продуктовым рядом и его характеристик.

- Внедрение инновационных идей в продукты/услуги.

- Повышение удовлетворенности клиентов и, как следствие, рост позитивной репутации банка»[21].

«Процесс разработки любого нового банковского продукта проходит через всю корпоративную архитектуру банка сверху вниз с включением в эту деятельность большого количества отделов и управлений»[25].

Рассмотрим основные элементы корпоративной архитектуры разработки продуктов/услуг, организационные звенья и их функции, задействованные в технологии, схема которой показана на рисунке 2.

Фигурными объектами в виде стрелок показаны 7 основных этапов технологии. По данным этапам обозначены входы-выходы и их взаимосвязь.

Этап 2 «Разработка бизнес-предложения и анализ возможностей» декомпозирован, то есть описан более подробно в виде технологии второго уровня.

Банкам рекомендуется регулярно проводить мероприятия по поиску идей для развития, как продуктового ряда, так и деятельности в целом. Отметим наиболее эффективные и часто применяемые мероприятия.

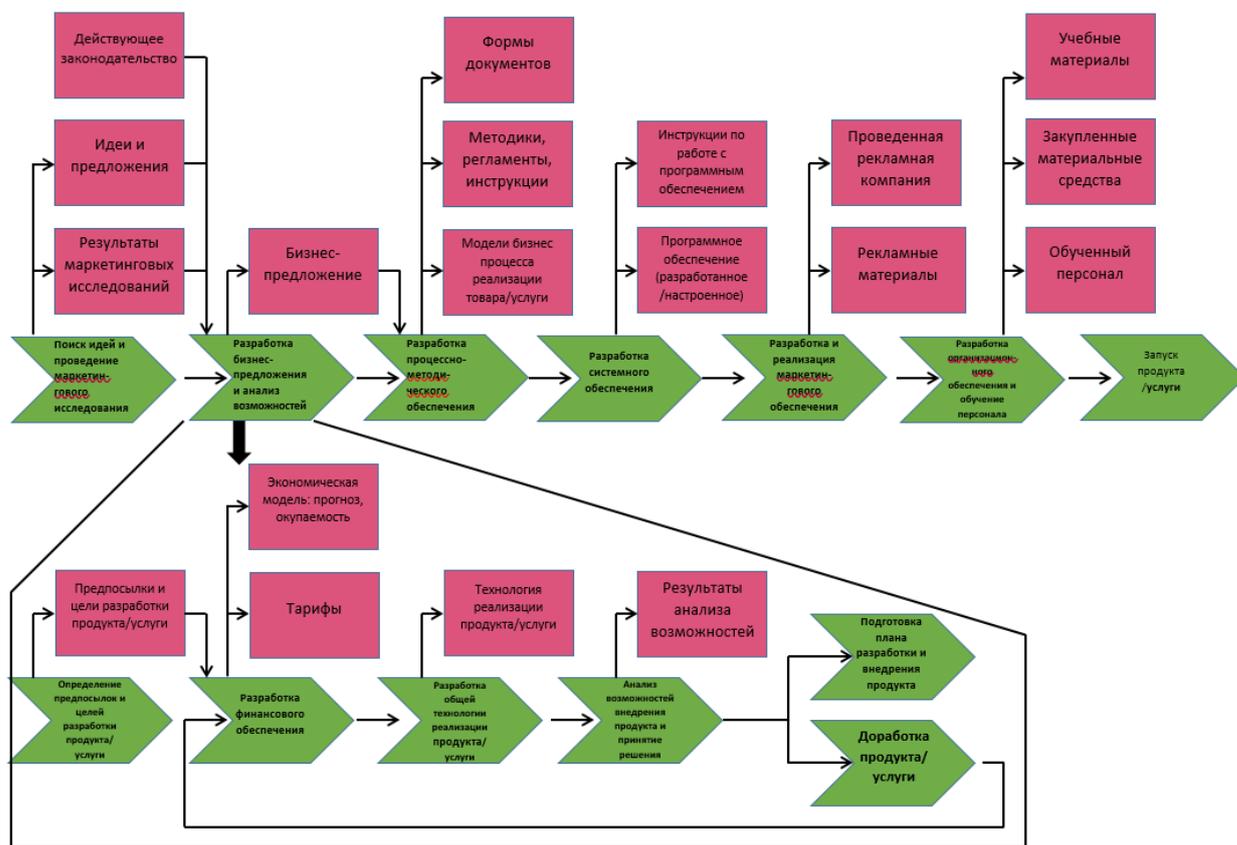


Рисунок 2 –Технология разработки новых банковских продуктов/услуг[5]

1) Мозговой штурм. Генерация инновационных идей на основе специальной техники, творческого подхода, системного анализа.

2) Бенчмаркинг. Поиск и заимствование успешных решений внутри банка, у партнеров, у конкурентов, с помощью деловых связей, метода Mystery Shopping.

При отсутствии идей могут появиться явные поводы и необходимость в разработке новых продуктов/услуг:

- изменение законодательства, в том числе нормативно-правовых актов Банка России;
- стратегия и цели, утвержденные руководством банка;
- усиление конкуренции на рынке, изменение спроса.

В банке рекомендуется регулярно проводить маркетинговые исследования по различным направлениям:

- 1) исследование и анализ деятельности и продуктов/услуг банков-конкурентов;
- 2) исследование и анализ потребностей клиентов;
- 3) исследование и анализ рыночной среды (рынки сбыта, новые перспективные рынки и сегменты)[23].

Результаты исследований должны содержать необходимую маркетинговую информацию для разработки нового продукта/услуги: будущий спрос, характеристики потенциальных клиентов и сегментов продаж, предварительные тарифы.

Исследования могут проводиться либо силами специалистов самого банка, либо с привлечением внешних компаний. В обоих случаях источниками данных для исследований обычно выступают: «полевые» опросы населения и целевых фокус-групп, данные Банка России, Госкомстата, отчеты и исследования аналитических агентств, публикации в СМИ, мнения и заключения экспертов.

Таким образом, разработка нового банковского продукта/услуги проходит через всю корпоративную архитектуру банка сверху вниз с включением в эту деятельность большого количества отделов и управлений.

1.2. Исследование банковских приложений для мобильных устройств за рубежом

Широкое внедрение систем дистанционного банковского обслуживания началось за рубежом в начале 80-х годов, а в отдельных банках и ранее. «Эволюция систем дистанционного банковского обслуживания основывалась на развитии средств телекоммуникации и банковских компьютерных технологий. Вначале возникли системы предоставления банковских услуг по телефону и по модему, а в настоящее время наблюдается бум в развитии систем банковского обслуживания через Интернет. К модификациям дистанционного банковского обслуживания можно отнести предоставление банковских услуг с использованием телефаксов, пейджеров, сотовых телефонов и видеотелефонов. За рубежом уже имеются системы банковского обслуживания посредством интерактивного телевидения. А корпорацией «Citi Corp» разработан домашний банковский терминал, оказывающий широкий спектр банковских услуг, в том числе выдачу кредитов. Он напоминает большой телефонный аппарат с экраном и клавиатурой и способен заменить персональный компьютер»[18].

Первые дистанционные банки появились в Великобритании. В 1989 г. Midland Bank учредил First Direct, который начал осуществлять текущие банковские операции в режиме дистанционного банка. В настоящее время First Direct является бесспорным лидером на рынке дистанционных банковских услуг в Европе, обслуживая свыше 500 тыс. клиентов[18].

Во всех западных странах универсальные банки развивают дистанционные системы обслуживания. Так, во Франции первым дистанционным банком стал созданный в 1987 г. банк Cortal. В 1994 г. группа Paribas учредила дистанционный банк Banque Directe по образцу First Direct. Позднее появилось еще несколько дистанционных банков – Credit du Nord, Cetelem, UCB, Cardif и др. Но все же во Франции система

дистанционных банков менее развита, чем в Великобритании. Так, ведущий французский дистанционный банк Cortal имеет всего 25 тыс. клиентов.

Следует отметить, что в США в настоящее время зарегистрировано около 100 Интернет-банков, занимающихся исключительно дистанционным обслуживанием. Большинство виртуальных банков довольно мелкие и уступают крупным банкам по масштабам как обычного, так и электронного банковского бизнеса. «Основной движущей силой развития виртуальных банков является значительное снижение себестоимости банковских услуг. По оценкам экспертов, в США себестоимость операции по обработке одного чека снижается с 2 долл. при приеме через кассу банка до 0,7 долл. при передаче данных по закрытой сети, до 0,2 долл. при использовании телефона и до 0,05 долл. при осуществлении данной операции через Интернет»[35].

Доля «разумных» мобильных устройств и мобильного трафика в мире неуклонно растет: «по оценкам Ericsson Mobility Report (ноябрь 2014 года), количество пользователей мобильных телефонов в мире выросло за год на 30%, составив 2,5 млрд, при этом 65–70% мобильных устройств, проданных в III квартале 2014 года, были смартфонами, а мобильный трафик данных вырос за год на 60%. По данным исследования Kocos.com (Kocos Group), средняя доля мобильного трафика в июле 2014 года впервые перешла отметку в 20% и составила 20,8% от общего объема, тогда как в июле прошлого года она держалась на уровне 13,5%»[29].

В Европе «число потребителей услуг интернет-банкинга в настоящее время - около 100 млн. человек, и ожидается, что к 2014 г. этот показатель превысит отметку в 110 млн. Уровень проникновения интернет-банкинга в Канаде - 67%, в США - 44%, в Швеции - 54%»[18].

Согласно данным исследования компании Frost & Sullivan «Мобильные финансовые услуги - анализ рынка и технологий», в течение следующих 6 лет в Европе ожидается увеличение количества пользователей мобильных банковских услуг в четыре раза. Кроме того, согласно прогнозам, к 2018 г. объем мобильных транзакций увеличится до 72,33 млрд евро.

Уже в 2011 г. «в Северной и Западной Европе продажи смартфонов составили более 50% от общих продаж телефонов. В развитых странах банки работают в высоко конкурентной среде, все чаще приходится дифференцировать с помощью продуктов и ценообразования. Преимущество инфраструктуры увеличивается благодаря мобильным банкам»[18].

В апреле 2015 г. ING провел международный опрос для развитых стран в интернете. По результатам опроса мобильному банкингу прогнозируют рост в течении 2016 года, при этом «лидером являются Нидерланды, Европа отстает от США, большинство населения мобильным банком пользуется в Турции. По мобильному банкингу большинство стран показывают положительную динамику. Покупки через мобильный банкинг наиболее популярны. Для европейцев самый близкий магазин находится в телефоне. Одежду и электронику чаще всего покупают пользователи мобильного банка. У владельцев смартфоном больше шансов совершить покупки в магазинах на ходу. Мобильные платежи все еще пользуются популярностью благодаря скорости и простоте использования»[18].

Доля пользователей мобильный банком и их планы на год, по данным на апрель 2015 года представлены далее, на рисунке 3.

Из анализа диаграммы можно сделать вывод, что «Нидерланды находятся среди «наиболее развитых» рынков мобильного банкинга в международном опросе ING в 2015 г., США на втором месте, за ней следуют Великобритания. В целом, обращаемость в Европе ниже, чем в США и Австралии, но доля в Европе, клиентов которые намерены использовать мобильное приложение в ближайшие 12 месяцев выше. Турция выглядит как будущий лидер развития для мобильного банкинга, так как страна имеет самую высокую долю интернет-пользователей, которые используют эту технологию, предполагая, что в Турции есть потенциал для быстрого роста»[18].

Согласно проводимым исследованиям «мобильный банкинг, пожалуй, наиболее часто хвалили за возможность использования в любое время в любом месте; однако, как выяснилось, есть многие другие преимущества.

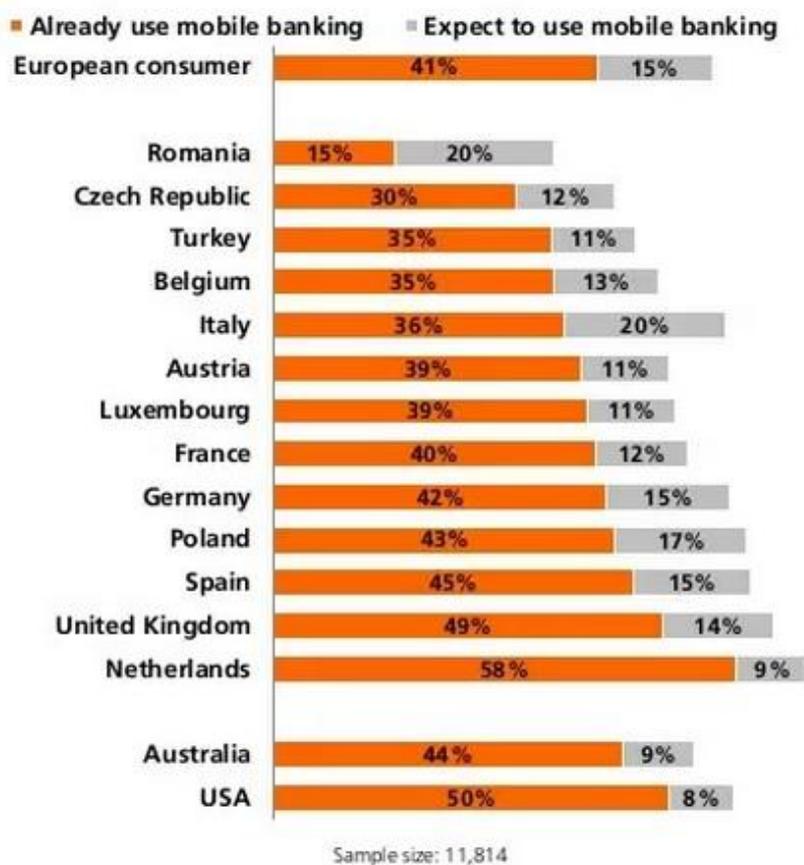


Рисунок 3– Доля пользователей мобильный банком и их планы на год, по данным на апрель 2015 г.[2]

Подавляющее большинство - 85% мобильных банков в Европе улучшили управление личными деньгами. Все больше людей используют мобильный банкинг. Мобильные покупки - это один из показательных моментов, как люди принимают финансовые решения на ходу. Более половины людей в Европе и Соединенных Штатах, которые имеют мобильные устройства делали покупки в течение последних 12 месяцев, покупка товаров и услуг через смартфон или планшет» [18].

Мобильные платежные приложения внедряют новые технологии, которые связаны с использованием смартфонов или планшетов, чтобы

заплатить за товар или услугу, или отправить или получить денежный перевод.

Когда респондентов спросили, какому каналу они доверяют большинство мобильных платежных приложений, 84% выбрали собственный Банк, по сравнению с 5% для именованных групп (таких как Google и Apple) и 4% для социальных медиа.

Доверие людей к мобильным банкам в Европе представлено ниже на рисунке 4.

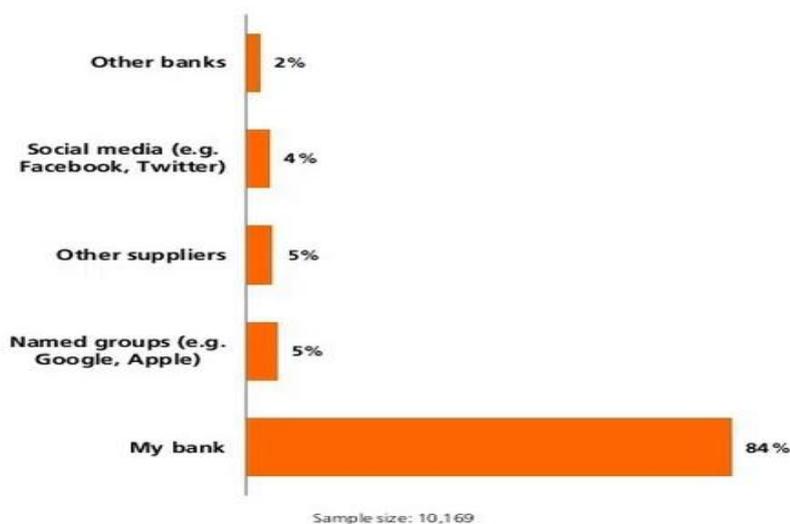


Рисунок 4—Доверие людей к мобильным банкам[2]

1.3. Перспективы мобильных приложений в банковской сфере

Современный этап развития мировой банковской системы протекает в условиях обострения конкуренции и кризисных явлений на финансовых рынках. Одним из основных факторов успешного развития банковской деятельности выступает политика постоянных нововведений. В настоящее время инновации являются ключевым фактором стабильности, конкурентоспособности и устойчивого экономического роста банков.

Текущие реалии банковского бизнеса позволяют явно выделить три основных катализатора банковской инновационной деятельности: глобализацию мировых финансовых рынков и рынков банковских услуг,

возрастающую конкуренцию со стороны банковского и небанковского секторов, мировой финансовый кризис[20]. Описываемые явления оказывают значительное влияние на качественный и количественный состав игроков рынка банковских услуг и приводят к ключевым изменениям в поведении потребителей, таким образом оставляя банкам единственную возможность сохранить и увеличить свои конкурентные преимущества посредством внедрения инноваций, направление которых и определяет стратегию развития банковского сектора в среднесрочной перспективе[17].

Мобильный банкинг – «управление банковским счетом с помощью планшетного компьютера, смартфона или обычного телефона. Как правило, для этого на мобильное устройство необходимо загрузить специальное приложение»[41].

В большинстве случаев для совершения банковских операций требуется интернет-канал (обычный или мобильный - 3G, GPRS, 4G, LTE). Реже транзакции осуществляются с помощью отправки СМС-сообщений. Можно отметить, что ранее, до того как смартфоны получили широкое распространение, именно СМС-банкинг считался мобильным-банкингом.

В настоящее время «приложения для мобильного банкинга – это приложения для интернет-банкинга с урезанным функционалом, адаптированные под небольшие экраны смартфонов и под операционные системы, устанавливаемые в мобильных устройствах. В будущем мобильный банкинг обещает быть, напротив, более функциональным, чем обычный интернет-банкинг, поскольку мобильные устройства позволяют с удобством для клиента использовать технологии голосовой идентификации, создавать шаблоны платежей с помощью встроенной в телефон камеры и т. д.»[30].

В России принята госпрограмма «Информационное общество (2011-2020 годы)»[4], одним из направлений которой являются развитие российского рынка информационно-коммуникационных технологий и

российских технологий, а также создание базовой инфраструктуры информационного общества.

В России «рынок мобильных финансовых сервисов не так хорошо развит, как в Западной Европе, однако Frost & Sullivan прогнозирует его стремительный рост: ожидается, что объем мобильных транзакций увеличится до 4,8 млрд евро к 2018 г.»[36].

В сегменте мобильного банкинга «пока не достигнут полный охват рынка и спектра дистанционных банковских услуг. Передовики дистанционного банковского обслуживания совершенствуют функционал облегченных версий систем, отстающие еще находятся в процессе выбора между собственными разработками и предложениями аутсорсинговых компаний. Поэтому более реалистичной и оправданной задачей выступает распространение мобильного банкинга»[41].

Пользователи 73% (против 57% годом ранее) исследованных систем могут получить доступ к ним через приложение для мобильного телефона или одну из наиболее популярных мобильных платформ (рис. 5).

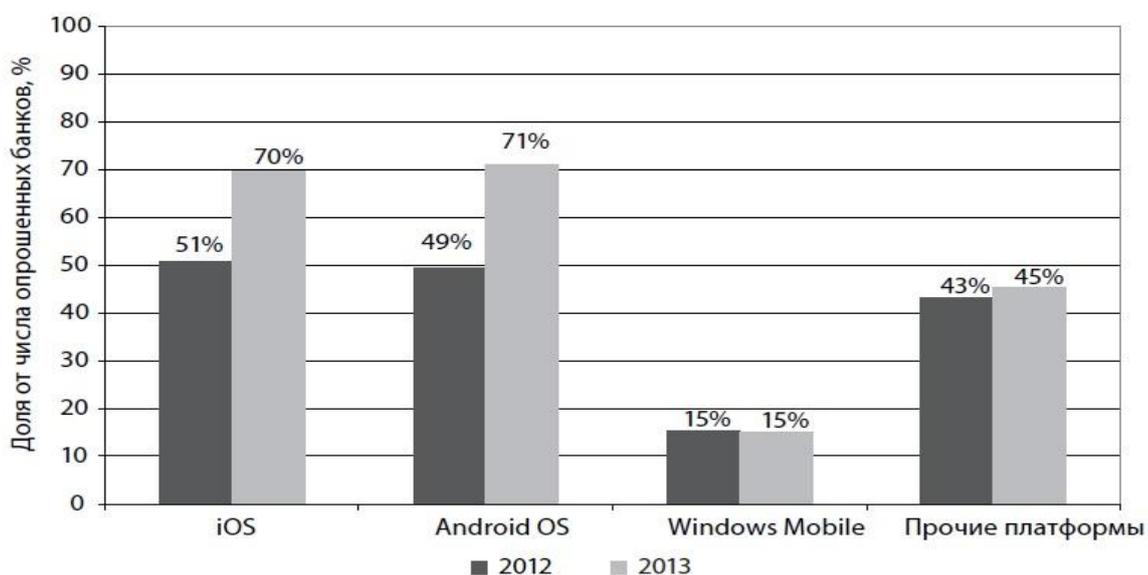


Рисунок5– Динамика соотношения операционных систем для мобильного банкинга[30].

Как и прежде, со значительным отрывом лидируют приложения для iPhone и Android. Однако рынок мобильного банкинга еще далек от насыщения.

Банкиры выделяют два фактора, оказавших в прошлом году наибольшее влияние на рост популярности интернет-банкинга – это усилия компаний-разработчиков в создании более удобных в использовании продуктов, ориентированных на востребованные пользователями задачи, и влияние личного примера постоянных пользователей интернет-банкинга.

Что касается второго фактора, «то широкое распространение мобильных устройств – смартфонов и планшетов – делает интернет-банкинг более «публичным». Это одно из приложений устройства, с которым клиент встречается в AppStore и GooglePlay, которым пользуются на работе, в кафе и даже общественном транспорте. Пример «человека с интернет-банкингом» работает, он вошел в число стереотипов поведения»[41].

Традиционно «расширение аудитории дистанционных банковских сервисов происходило за счет собственно клиентов банка. Начинает работать новая модель – вовлечение в дистанционные банковские услуги через приложения и сервисы, ориентированные на социальные сети и другие «небанковские» области. То есть сам банк «спрятан», а на поверхности – инструмент решения финансовых отношений в соцсети или другом привычном интернет-пользователю контексте. Это очень эффективный подход»[41].

На российском рынке «предложение услуг мобильного банкинга по-прежнему существенно уступает предложению интернет-банкинга. По-хорошему, мобильный банкинг еще только должен найти нишу своего применения. Он еще долго не сможет вытеснить классический интернет-банкинг – для решения каждой задачи будет использоваться наиболее подходящий инструмент. Те задачи, которые могут и должны решаться «на ходу» – например, оплата мобильного телефона, денежные переводы и так далее, – будут востребованы именно на мобильных устройствах. Но

управление счетами, оплата услуг с большой стоимостью или требующих кропотливого формирования – это и еще многое другое будет делаться с персональных компьютеров в комфортных условиях дома, офиса»[22, с. 89].

В ближайшей перспективе одними из самых действенных стимуляторов роста рынка мобильного банкинга станут сервисы информирования о задолженностях и выставления счетов, что позволит выполнять достаточно сложные операции по оплате жилищно-коммунальных и других услуг в один клик с мобильного устройства. Тут можно сделать следующее обобщение: «расширение использования смартфона как терминала оплаты гарантировано, если он будет использоваться именно как средство подтверждения платежа, то есть когда сформированный поставщиком услуги счет размещается в мобильное приложение для одобрения его оплаты. Налицо перспективы развития и интеграции мобильного банкинга с технологией NFC»*, более широкого использования QR-кодов и других технологий, поддерживаемых современными смартфонами.

Одну из самых продвинутых систем мобильного банкинга разрабатывает Сбербанк России. «Новый «Сбербанк Онлайн» работает на версиях Android, начиная с версии 2.3. Функционально это приложение соответствует «Сбербанку Онлайн» для iOS и WindowsPhone. Оно поддерживает платежи более 30 тыс. провайдерам услуг (в том числе штрафов), переводы другим клиентам Сбербанка и других банков, имеет функцию финансовой аналитики и пр. Самой интересной особенностью приложения стал встроенный антивирус, разработанный в «Лаборатории Касперского»[37].

В данный момент «наиболее оперативно банки выпускают приложения для мобильного банкинга, ориентированные на устройства Apple: смартфоны iPhone и планшетные компьютеры iPad. О выпуске подобных приложений

*NFC - Nearfieldcommunication, («коммуникация ближнего поля», «ближняя бесконтактная связь») - технология беспроводной высокочастотной связи малого радиуса действия, которая дает возможность обмена данными между устройствами, находящимися на расстоянии около 10 сантиметров.

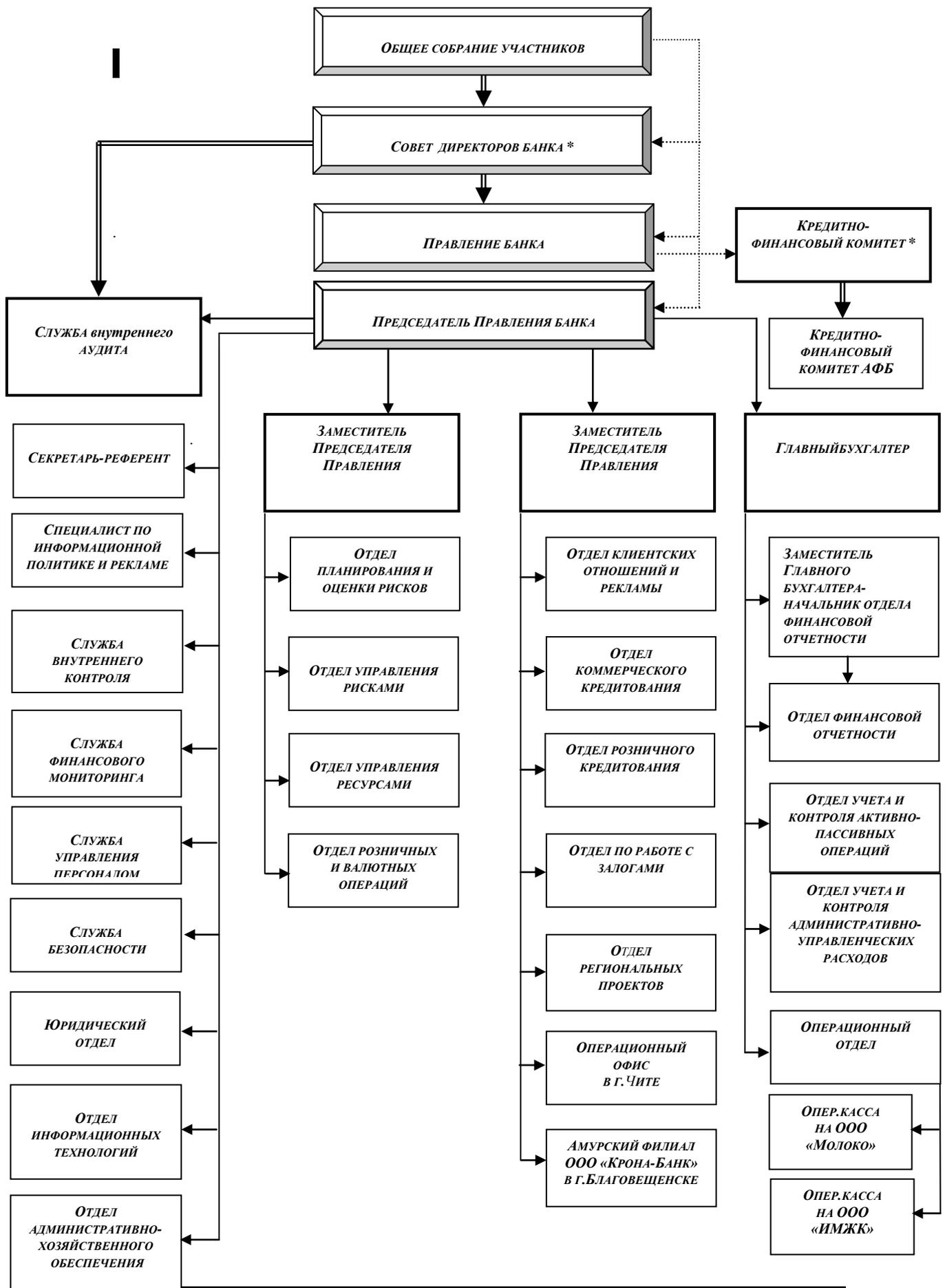
объявили многие крупные кредитные организации: Сбербанк, Альфа-Банк, Райффайзенбанк, «ЮниКредит» и др. На втором месте по значимости для банков стоят мобильные устройства, работающие под управлением операционной системы Android компании Google. Модельный ряд таких устройств очень широк: смартфоны на платформе Android делают большинство известных производителей - HTC, Samsung, LG, Sony Ericsson, Alcatel и др. Возможно, именно по причине многообразия устройств банки не так громко заявляют о запуске приложений для того или иного нового смартфона на платформе Android. Чаще всего подобные заявления делаются совместно с производителем телефонов. Так, совместно с компанией HTC о создании системы мобильного банкинга для смартфона на базе Android объявлял в свое время Альфа-Банк»[41].

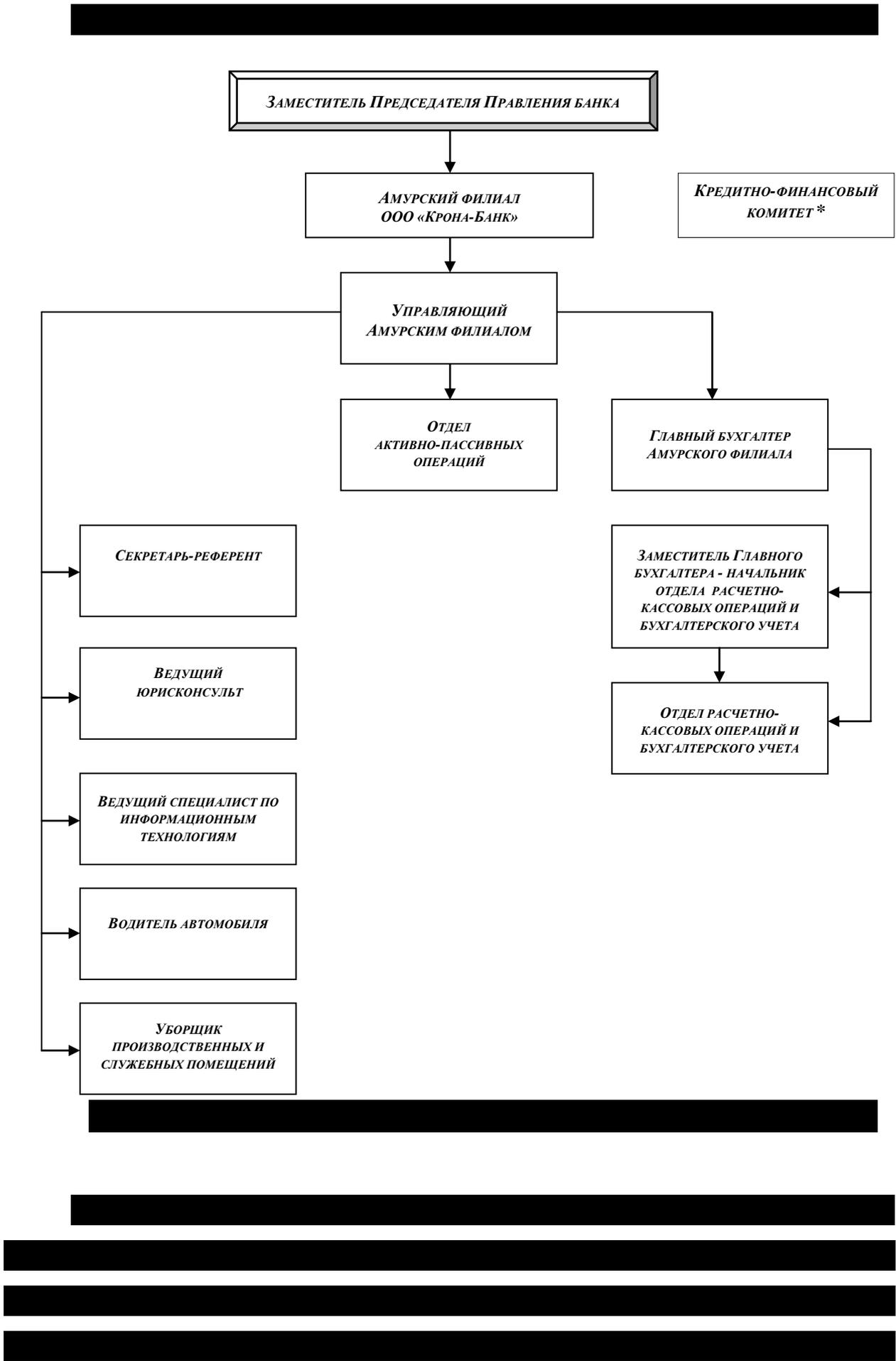
Смартфоны с предустановленной операционной системой Windows (от Microsoft) также представляют для банков значительный интерес. Тем более что на нее перейдет со временем компания Nokia, отказавшаяся от своей собственной разработки – платформы Symbian, под управлением которой работали телефоны Nokia прежних поколений.

2. Исследование продуктовой линейки ООО «Крона-банк»

2.1. Финансово-экономическая характеристика деятельности филиала ООО «Крона-Банк»

[Redacted text block containing multiple paragraphs of information, all obscured by black bars.]





[REDACTED]

[REDACTED]

I

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[Redacted text block]

[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]

[Redacted text block]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]													
[REDACTED]													
[REDACTED]													
[REDACTED]													

[REDACTED]

[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[Redacted]

[Redacted]	[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]

[Redacted]

Список используемых источников и литературы

Нормативные правовые акты и нормативные документы

1. Об информации, информационных технологиях и о защите информации: Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ (ред. от 13.07.2015) // СПС Консультант Плюс.
2. О Центральном банке Российской Федерации (Банке России): Федеральный закон от 10.07.2002 N 86-ФЗ (ред. от 30.12.2015) // СПС Консультант Плюс.
3. О банках и банковской деятельности: Федеральный закон от 02.12.1990 № 395-1 (ред. от 05.04.2016) // СПС Консультант Плюс.
4. Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Информационное общество (2011 - 2020 годы)»: Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 № 313 (ред. от 17.06.2015)// СПС Консультант Плюс.

Монографии, сборники, учебники и учебные пособия

1. MobileBankingRank 2015: [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://markswebb.ru/e-finance/mobile-banking-rank-2015/>
2. Аналитические фирмы: Gartner и IDC: [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [gartner.com и idc.com]
3. Ананкина Е. Оценка кредитных рисков // Финансовый менеджмент. – 2014. № 6. С. 11-16.
4. Аутсорсинговая компания «CR2»: [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [cr2.com]
5. Банковская система России. Настольная книга банкира. - М.: Дека, 2014. 436 с.

6. Банковская система России: кризис и перспективы развития. Под ред. А.Ведев, И.Лаврентьева, Е.Шарипова и др. - М.: Инфра-М, 2014. 284 с.
7. Банковские учреждения в развивающихся странах. Т.1. - М.: Институт экономического развития Всемирного Банка, 2012. 126 с.
8. Банковское дело. Под ред. А.М. Тавасиев, В.А. Москвин. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. 287 с.
9. Банковское дело. Под ред. Белоглазовой Г.Н., Кроливецкой Л.П. - М.: Финансы и статистика, 2013. 390с.
- 10.Банковское дело: базовые операции для клиентов: Учеб. пособие / Под ред. А.М. Тавасиева. М.: Финансы и статистика, 2014. 304 с.
- 11.Банковское дело: управление кредитной организацией. Под ред. А.М. Тавасиева. – М.: «Дашков и К^о», 2014. 640 с.
- 12.Банковское дело: Учебник. / Под ред. д-ра экон. Наук, проф. Г.Г. Коробовой. М.: Экономистъ, 2013. 751 с.
- 13.Банковское дело: Учебник. / Под ред. О.И. Лаврушина. М.: Финансы и статистика, 2012. 576с.
- 14.Бархатов И. Управление доходностью банка // Экономист. 2014. № 2. С. 3.
- 15.Бор М.З., Пятенко В.В. Стратегическое управление банковской деятельностью. - М.: «Приор», 2013.
- 16.Бобрик, М.М. Финансовая устойчивость коммерческого банка [Текст] / М. М. Бобрик // Банковское дело. 2011. №8. С.32-36.
- 17.Жарковская Е.П. Банковское дело. – М.: Омега-Л, 2013. 265с.
- 18.Зарубежный опыт дистанционного банковского обслуживания: [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://mykonspekts.ru/1-13002.html>.
- 19.Иода Е.В., Унанян И.Р. Банковский менеджмент: Учеб. пособие / Под общ. ред. Иода Е.В. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2013.
- 20.Кабушкин С.Н. Управление банковским кредитным риском - Мн.: Новое знание, 2013. 158с.

- 21.Ключникова М.В. Коммерческие банки: экономико-статистический анализ. – М.: Альфа-Пресс, 2013. 264с.
- 22.Куренкова Е.К. Мобильный банкинг – инновационный ресурс развития банковского сектора России // Непрерывное профессиональное образование: теория и практика: Сборник статей по материалам V Международной научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов и преподавателей / под общ. редакцией д-ра пед. наук, проф.Э.Г. Скибицкого. – Новосибирск: САФБД, 2014. 423 с.
- 23.Максютов А.А. Банковский менеджмент. - М.: Альфа-Пресс, 2012. 318с.
- 24.Максютов А.А. Основы банковского дела. – М.: Бератор- Пресс, 2013. 254с.
- 25.Маркарьян Э.А., Герасименко Г.П. Финансовый анализ. - М.: «Приор», 2014.
- 26.Матигорова И. Ю. Характеристика основных подходов к оценке кредитного риска // Экономическая наука и практика: материалы междунар. науч. конф. (г. Чита, февраль 2013 г.). - Чита: Издательство Молодой ученый, 2012. С. 68-69.
- 27.Матрица решений SWOT: [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://mykonspekts.ru/1-16792.html>.
- 28.Мищенко А.В. Методология управления кредитным риском и оптимальное формирование кредитного портфеля // Экономист. 2013. № 4. С. 5-12.
- 29.Мобильный банк - инвестиции в будущее: [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.banki.ru/news/bankpress/?id=7748334>
- 30.Мобильный банкинг: [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.banki.ru/wikibank/mobilnyiy_banking/
- 31.Мобильный банкинг в РФ: прогнозы рынка, поведение пользователей, рейтинг приложений: [Электронный ресурс]. - Режим доступа:

- http://json.tv/ict_telecom_analytics_view/mobilnyy-banking-v-rf-prognozy-rynka-povedenie-polzovateley-reyting-prilojeniy-20150525095123
32. Мобильный банкинг для смартфонов Обзор мобильных приложений российских банков // ПК «Делойт и Туш Риджинал Консалтинг Сервисис Лимитед» 2014. 44 с.
 33. Мобильный банкинг в России по версии «Делойт» // <http://www.ifin.ru/news/read/10937.stm>.
 34. Официальный сайт ООО «Крона-Банк»: [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.krona-bank.ru/page/irkutsk/irk_obanke/Raskritieinformasii.html.
 35. Понятие и сущность ДБО, BankSession: [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [<http://www.banksession.ru/>]
 36. Ревенков П.В. Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук: «Управление рисками в условиях электронного банкинга». 2013 г.
 37. Сбербанк выпустил первое в мире банковское приложение со встроенным антивирусом: электронный ресурс, режим доступа: http://www.cnews.ru/news/top/sberbank_vypustil_pervoe_v_mire_bankovskoe.
 38. Соломин О. Кредитный портфель банка: оценка рисков, возникающих при кредитовании под залог финансовых активов // Банковские технологии. 2013. № 2. С. 5-9.
 39. Суханов М. Деньги, кредит, банки. - М.: Теис, 2014. 316с.
 40. Тарханова Е.А. Устойчивость коммерческих банков. – Тюмень: ВекторБук, 2014. 186 с.
 41. Тенденции развития дистанционного банковского обслуживания: [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://mykonspekts.ru/1-13008.html>.
 42. Тен В.В. Модели и инструменты управления доходностью банка. - М.: Анкил, 2013. 290с.

43. Тоцкий М.Н. Методологические основы управления кредитным риском в коммерческом банке // СПб.: Институт бизнеса и права, 2014. №5. С. 15-23.
44. Шевченко Е.А. Концептуальные подходы к формированию конкурентных преимуществ коммерческих банков: диссертация ... кандидата экономических наук: 08.00.10 / Шевченко Елена Александровна; [Место защиты: Ин-т экономики УрО РАН].- Екатеринбург, 2009. 224 с.: ил. РГБ ОД, 61 09-8/2996.
45. Щербакова Г.Н. Анализ и оценка банковской деятельности (на основе отчетности, составленной по российским и международным стандартам). - М.: Вершина, 2013. 310с.
46. Пронская, Н.С. Нормативы Н1.1 и Н6.1 - результат адаптации Базеля II при управлении кредитными рисками [Текст] / Н. С. Пронская // Банковское дело. - 2009. - №6. - С.60-63.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А

Таблица А.1 - Рейтинг эффективности мобильных банков для iPhone

№	Наименование мобильного банка	Рейтинг
1	Сбербанк России	4,5
2	ВТБ 24	4,0
3	Альфа-Банк	3,5
4	Тинькофф Банк	4,0
5	Сбербанк России	4,5
6	ВТБ 24	4,0
7	Альфа-Банк	3,5
8	Тинькофф Банк	4,0
9	Сбербанк России	4,5
10	ВТБ 24	4,0
11	Альфа-Банк	3,5
12	Тинькофф Банк	4,0

Таблица А.2 - Рейтинг эффективности мобильных банков для Android

№	Наименование мобильного банка	Рейтинг
1	Сбербанк России	4,5
2	ВТБ 24	4,0
3	Альфа-Банк	3,5
4	Тинькофф Банк	4,0
5	Сбербанк России	4,5
6	ВТБ 24	4,0
7	Альфа-Банк	3,5
8	Тинькофф Банк	4,0
9	Сбербанк России	4,5
10	ВТБ 24	4,0
11	Альфа-Банк	3,5
12	Тинькофф Банк	4,0

Таблица А.3 - Рейтинг эффективности мобильных банков для WindowsPhone

№	Наименование мобильного банка	Рейтинг
1	Сбербанк России	4,5
2	ВТБ 24	4,0
3	Альфа-Банк	3,5
4	Тинькофф Банк	4,0
5	Сбербанк России	4,5
6	ВТБ 24	4,0
7	Альфа-Банк	3,5
8	Тинькофф Банк	4,0
9	Сбербанк России	4,5
10	ВТБ 24	4,0
11	Альфа-Банк	3,5
12	Тинькофф Банк	4,0

Продолжение Приложения А

Таблица А.4 - Рейтинг эффективности мобильных банков для iPad

№	Наименование мобильного банка	Рейтинг эффективности
1	Сбербанк России	4,5
2	ВТБ	4,0
3	Альфа-банк	3,5
4	Тинькофф банк	3,0
5	Сбербанк России	2,5
6	ВТБ	2,0
7	Альфа-банк	1,5
8	Тинькофф банк	1,0
9	Сбербанк России	0,5
10	ВТБ	0,0
11	Альфа-банк	0,0
12	Тинькофф банк	0,0

Таблица А.5 - Рейтинг эффективности мобильных банков для планшетов Android

№	Наименование мобильного банка	Рейтинг эффективности
1	Сбербанк России	4,5
2	ВТБ	4,0
3	Альфа-банк	3,5
4	Тинькофф банк	3,0
5	Сбербанк России	2,5
6	ВТБ	2,0
7	Альфа-банк	1,5
8	Тинькофф банк	1,0
9	Сбербанк России	0,5
10	ВТБ	0,0
11	Альфа-банк	0,0
12	Тинькофф банк	0,0

