

БАНКИ «УХОДЯТ» В ИНТЕРНЕТ

Н. И. Куликов, Ю. В. Кудрявцева

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный технический университет», г. Тамбов, Россия

Рецензент д-р экон. наук, профессор Е. С. Мищенко

Ключевые слова: банки; банковские продукты и услуги; банковское мобильное приложение; инфляция; онлайн-банкинг; сокращение филиалов; филиалы банков; функции интернет-банкинга; эффективность банков.

Аннотация: Рассмотрены причины и последствия значительного сокращения филиалов банковской сети. Представлены главные элементы рынка банковского продукта и услуг, банковских операций с использованием интернет-банкинга или банковского мобильного приложения. Отмечено, что использование интернет-банкинга приводит к сокращению операционных расходов самих коммерческих банков, а развитие банковского сервиса послужило основной причиной сокращения банковских филиалов.

Эффективность банковского бизнеса – необходимый этап в развитии банковской системы любого государства, данный процесс закономерен и совершенно необходим. В последние годы в России и мире идет активное сокращение крупными банками своих филиалов. По данным Банка России на начало 2014 г. в России насчитывалось около 43 230 филиалов кредитных организаций, а в начале 2016 г. их стало уже 36 994 или на 15 % меньше [1].

Из графика (рис. 1) следует, что число структурных подразделений кредитных организаций демонстрирует нисходящую динамику. Наиболее активное сокращение филиалов банков приходится на конец 2014 г. и весь 2015 г., сокращение продолжается и в 2016 г. [2].

Содержание разветвленной сети филиалов банка связано с большими затратами на их содержание. Можно увязать сокращение филиалов банков с кризисом в банковской сети на фоне кризисных явлений в экономике, таких как инфляция. Ни один показатель российской экономики в 2015 г.

Куликов Николай Иванович – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой «Экономика»; Кудрявцева Юлия Викторовна – аспирант кафедры «Экономика», e-mail: kulikov68@icloud.com, ТамбГТУ, г. Тамбов, Россия.

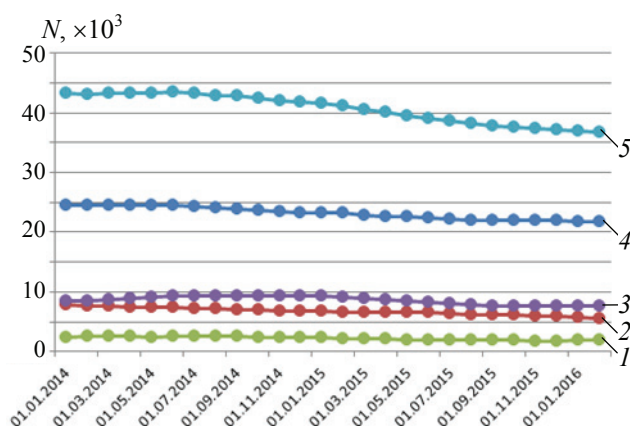


Рис. 1. Число внутренних структурных подразделений действующих кредитных организаций (филиалов) N в территориальном разрезе по состоянию на 01.02.2016 (данные ЦБ РФ):

1 – кредитно-кассовые офисы; 2 – операционные кассы вне кассового узла; 3 – операционные офисы; 4 – дополнительные офисы; 5 – всего

не показал устойчивую положительную динамику. Все сокращалось: промышленное производство – на 4,8 %, розничная торговля – 11,7 %, инвестиции в основной капитал – 8 %, внешняя торговля – 30 %, реальные доходы населения – 10,4 %, в этих условиях упали объемы кредитования, многие даже крупные банки по результатам 2015 г. стали убыточными и были вынуждены сокращать свою филиальную сеть в сложившихся экономических условиях. Но в то же время банковская система в кризис 2008 г. не сокращала свою филиальную сеть, а наоборот наращивала ее. Кризис оказал определенное влияние на сокращение филиальной сети коммерческих банков, но более существенным фактором, напрямую влияющим на эффективность банков в нынешних условиях, является онлайн-банкинг. В период бурного развития филиальных сетей банковского сектора онлайн-банкинг еще не существовало в таком виде, в каком он существует сейчас, когда имеется возможность установить онлайн-банкинг практически в каждом мобильном телефоне [3 – 5].

Развитие интернет-банкинга приводит к сокращению операционных расходов самих коммерческих банков. Интернет-банкинг сегодня можно представить как филиал банка, одновременно обслуживающий сотни тысяч клиентов, в котором нет очередей. Одновременно надо добавить не один десяток работников, аренда помещений, техническое и программное обеспечение, коммуникации. Интернет-банкинг позволяет банку сократить расходы и увеличить в разы продажи при качественном и высокоэффективном сервисе.

Использование интернет-банкинга позволяет клиентам банка иметь круглосуточный доступ к счету (счетам), проводить постоянный контроль за движением средств по ним, а также оперативно проводить необходимые платежи. Сегодня можно отнести к доступным следующие операции интернет-банкинга:

- просмотр остатка и истории движения денег на карте, счете, депозите;

- пополнение электронных кошельков;
- блокировка/разблокировка банковской карты;
- открытие и закрытие счета;
- пополнение вклада;
- оформление/отмена подписки на услуги по смс-оповещению и смс-банкингу.

Все они осуществляются в течение одного банковского дня и имеют многоуровневую защиту. Интернет-банк позволяет управлять депозитами из дома.

Можно переводить деньги со счета на счет, в том числе и с депозитных счетов; осуществлять платежи с действующих счетов; приостановить любые операции по счету вклада, а также получить данные о том, сколько средств можно с его счета снять и при каких условиях. Также интернет-банк позволяет пользователю гасить кредит и узнавать размер оставшейся по нему задолженности, наблюдать за ростом цен по кредитным картам и их дебетовым аналогам, уточнять данные по условиям своих договоров кредитования. У клиентов также есть многие другие возможности: оплачивать кредиты, пополнять вклады со счетов, оплачивать услуги ЖКХ и мобильной связи, платить за штрафы и комиссии государству и т.д.

Специалисты банков отмечают, что системы интернет-банкинга имеют много преимуществ перед традиционным обслуживанием, при котором обязательно посещение офиса банка. Огромное значение имеет скорость оказания банковских услуг. Клиент имеет возможность управлять своими счетами в режиме онлайн из любой точки земного шара.

А теперь обратимся к статистике, сколько человек в России и кто пользуются интернет-банкингом. Статистика в зависимости от банка значительно разнится. Если в ВТБ и Росбанке таких клиентов свыше 35 %, то в банке «Открытие» – около 15 %. По оценкам специалистов кредитных организаций, в целом по рынку в общем объеме клиентов физических лиц, доля клиентов интернет-банкинга колеблется от 30 до 100 %, причем 100 % характерно для банков, не имеющих офисов, например, таких, как «Инста-банк», «ТКС-банк».

Банковская статистика не всегда соответствует реальному положению дел. Один банк относит к понятию пользователь то, что клиент подключился к сервису; другой банк – клиент, совершивший одну операцию в месяц; третий банк – если клиент совершил одну операцию в два месяца.

Эксперты утверждают, что востребованность услуг интернет-банкинга постоянно растет: только за последние 5 лет количество потребителей услуг интернет-банкинга выросло от 3 до 5 раз. Так же подмечено, что активными пользователями интернет-банкинга являются мужчины и женщины 25 – 45 лет с высшим образованием, с доходом выше среднего [6, 7].

Время «золотого века» для интернет-банка еще не наступило. В большинстве случаев клиентам приходится довольствоваться интернет-банками, которые аналитики условно называют «аскетичными», где представляется минимальный сервис: информация о средствах на банковских счетах, клиентам достаточно подобного функционала. К следующей категории аналитики относят так называемые «нормальные» банки, где интернет-банк должен давать возможность совершать рублевые переводы

и платежи, оплачивать коммунальные платежи, услуги интернет-провайдеров. Существует категория банков, которые аналитики относят к «хорошим», которые с помощью интернет-банкинга позволяют проводить не только рублевые, но и валютные операции, позволяют удобным для клиента способом погашать задолженность по кредитам (в том числе в других банках), налоги. В хорошем веб-банке есть механизм управления личными финансами, трансформировавшийся на российском рынке в модуль для категоризации расходов. Важно также наличие функционала для установления лимитов по карточным операциям. Приветствуется возможность удобных переводов между картами по «небанковским» реквизитам (номеру телефона, аккаунту в соцсети, электронной почте). Еще одна функция хорошего интернет-банка – выпуск виртуальной карты.

Сегодня «нормальных» банков, имеющих достаточный функционал интернет-банкинга, подавляющее большинство; «хороших» – единицы, но за ними ближайшее будущее. К числу «хороших» банков аналитики относят, обеспечивающие качественное интернет-обслуживание: «Русский Стандарт», ТКС Альфа-банк, «Банк 24 ру», «Сбербанк России» близок к этому. Как следует из материалов, размещенных на портале госзакупок, ПАО «Сбербанк России» в 2016 г. закупит у своей 100 %-ной «дочки» АО «СберТех» ИТ-услуги на сумму 19 млрд р. АО «СберТех» российская ИТ-компания, оказывающая услуги по разработке и внедрению цифрового сервиса для Сбербанка России. Целями программы 2016 г. являются обеспечение выхода на рынок новых банковских продуктов, создание качественного и высокоэффективного сервиса на основе цифровых технологий. Следует также отметить, что «Сбербанк России» уже в 2015 г. реализовал программу централизации ИТ-систем банка – «Централизация 2.0», которая дала возможность консолидировать разнородную инфраструктуру технологических систем (более 15 тыс. инсталляций различных систем) всех филиалов «Сбербанка России», расположенных в регионах, централизовал базы данных и унифицировал сервис-процессы на уровне мировых стандартов [8 – 10].

Развитие системы интернет-банкинга несет за собой инвестиции в новые банковские технологии, развитие программного обеспечения, автоматизацию бизнес процессов, обучение и переобучение персонала, и организацию сервисных служб на новой функциональной основе. Затраты на развитие интернет-банкинга значительные, поэтому не все банки могут предоставить такой сервис клиенту. Но эти инвестиции банка в будущее и банки идут на такие затраты. Эксперты ожидают, что число банковских услуг, представленных посредством интернет-банкинга, будет ежегодно расти. В настоящее время активно развивается мобильное приложение, сегодня оно доступно практически для всех современных мобильных телефонов. С помощью мобильного приложения можно просматривать счета и совершать различные виды операций, подключиться к смс-информированию. Но пока супертехнологичные операции в банковском секторе встречаются не так часто.

Сегодня имеется возможность с помощью интернет-банка «поделиться» своей операцией в соцсетях, нажав специальную кнопку, а функция «карта операций» дает возможность увидеть все транзакции по своей кар-

те на мировом географическом «полотне». Хороший пример продвинутой – финансовый мобильный сервис Instabank, с помощью которого пользователь, в частности, может переводить деньги «френдам» из Facebook без ввода реквизитов, если друзья также являются клиентами Instabank. За подобными сервисами будущее интернет-банкинга: соцсети все глубже проникают в повседневную жизнь потребителей – и считаться с этим банкирам придется.

Следует отметить, что большинство операций в интернет-банках бесплатно или стоит недорого. В отдельных случаях тарифы при использовании услуг через интернет-банкинг (онлайн-банк) даже ниже, чем при посещении офисов банка. Все банки осуществляют подключение к интернет-банкингу бесплатно. Резонно возникает вопрос, а выгодно ли банкам развивать онлайн-сервисы. Банкиры, участники данного рынка услуг, дают положительный ответ, утверждая, что экономический эффект в этом сегменте рынка определяется не только размером тарифа. Данный онлайн-сервис позволяет привлекать дополнительных клиентов, что повышает их лояльность к банку и может оказать косвенное влияние на объем продаж других продуктов банка, например – кредитов. В настоящее время доля доходов, полученных от операций, реализуемых через интернет-банкинг, относительно общих доходов по розничным продуктам колеблется от 5 до 15 %, но надо сказать, что данная величина ежегодно возрастает по отдельным банкам в разы. Примером может служить «Сбербанк России». В сложившихся условиях быстрого развития онлайн-сервиса, банкам содержать крупную филиальную сеть становится невыгодно, о чем свидетельствуют и данные других стран. Филиалы банки сокращают не только в России, но и в США, в Европе и Азии.

Сегодня в современной финансовой системе одной из наиболее частых точек общения между клиентом и банком является интернет-банкинг или банковское мобильное приложение. Причем, данный контакт, как правило, происходит у банков в разы чаще, чем через стационарные отделения, филиалы и офисы.

Главный аналитик компании Extractable Марк Райп, пишет на страницах издания The Financial Brand, что за последние 5 лет им были изучены общедоступные данные веб-аналитики более чем для 100 банков и других финансовых институтов. Изучались как данные крупных международных финансовых институтов, так и небольших финансовых компаний. В ходе исследования им было обнаружено, что в среднем по выборке 85 % всего трафика публичных сайтов приходится на посещение интернет-банка или банковского мобильного приложения. В зависимости от того, насколько сильно банк сосредоточен на рекламе своих продуктов и услуг, процент посетителей, которые уже являются клиентами банка, может варьироваться от 55 до 98 %.

По сообщению итальянской Группы Unicredit, к 2018 г. она планирует закрытие 800 отделений, а Bank of America с 2012 г. уже сократил свою сеть на более чем 800 отделений. Французский банк Societe Generale обещал к 2020 г. сократить не менее 400 отделений, что, по сообщению Financial Times, нашло положительный отклик среди инвесторов. По словам аналитика JPMorgan Дельфина Ли инвесторы приветствуют сокращение затрат и рациональное использование капитала.

Deutsche Bank объявил о сокращении своей филиальной сети (отделений) в Германии до 500 из более чем 700 сегодня действующих, цель которого снижение затрат и адаптация к растущему цифровому сервису в банковском секторе. Банк планирует в течение двух лет вложить 1 млрд Евро в цифровые услуги, из них 750 млн будет направлено розничному бизнесу. Также в 2016 г. Deutsche Bank планирует внедрить 72 новых цифровых финансовых продукта. Как заявил директор розничного бизнеса Deutsche Bank Кристиан Сьюинг, исследование показало, если банки не будут инвестировать в цифровой сервис, то могут потерять 30 – 35 % своих доходов в течение ближайших пяти лет, возможность конкурировать с финтех-стартапами, справляться с требованиями регуляторов и низкими процентными ставками [11].

Можно сделать вывод, что тенденция продвижения онлайн-сервиса на рынок банковских услуг продолжается и в 2016 г. и скорее всего, усилится при сохраняющейся стагнации российского рынка. Сегодня говорить о полном переходе к онлайн-сервису обслуживания клиентов еще рано, но нельзя исключать, что это произойдет в течение 3 – 5 лет.

Внедрение интернет-банкинга служит важнейшим средством обеспечения стабильности функционирования банков, повышению эффективности банковского бизнеса и их конкурентоспособности. Содержать крупную филиальную сеть банкам становится не выгодно, о чем свидетельствуют и данные других стран: банки сокращают филиалы не только в России, но и в США, Европе и Азии.

Список литературы

1. Жарковская, Е. П. Банковское дело : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Финансы и кредит» / Е. П. Жарковская. – 6-е изд., испр. – М. : Омега-Л, 2008. – 476 с.
2. Липсиц, И. В. Ценообразование и маркетинг в коммерческом банке : учеб. пособие / И. В. Липсиц. – М. : Экономист, 2004. – 123 с.
3. Перехожев, В. А. Современные подходы к пониманию категорий «банковский продукт», «банковская услуга» и «банковская операция» / В. А. Перехожев // Финансы и кредит. – 2002. – № 21 (111). – С. 23 – 32.
4. Содержание банковского маркетинга и его специфика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.market-pages.ru/bankmark/3.html> (дата обращения: 05.09.2016).
5. Жукова, Е. Ф. Банковский менеджмент : учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / Е. Ф. Жукова. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 303 с.
6. Банковский менеджмент : учебник / под ред. О. И. Лаврушина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : КНОРУС, 2009. – 560 с.
7. Куршакова, Н. Б. Банковский маркетинг / Н. Б. Куршакова. – СПб. : Питер, 2003. – 192 с.
8. Лавлок К. Маркетинг услуг – что дальше? В поисках новой парадигмы и свежих веяний / К. Лавлок, Э. Гаммесон // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2006. – № 2. – С. 158 – 172 ; № 3. – С. 240 – 259.
9. Некрасов, С. И. Философия науки и техники : тематический словарь-справочник / С. И. Некрасов, Н. А. Некрасова. – Орел : ОГУ, 2010. – 289 с.
10. Швед, Д. Е. О понятиях «банковский продукт» и «банковская услуга» // Маркетинг в России и за рубежом. – 2011. – № 1. – С. 56 – 64.
11. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.gks.ru (дата обращения: 05.09.2016).

References

1. Zharkovskaya E.P. *Bankovskoe delo : uchebnik dlya studentov vuzov, obuchayushchikhsya po spetsial'nosti "Finansy i kredit"* [Banking: a textbook for university students, the OCU-sponding specialty "Finance and credit"], Moscow: Omega-L, 2008, 476 p. (In Russ.)
2. Lipsits I.V. *Tsenoobrazovanie i marketing v kommercheskom banke : uchebnoe posobie* [Pricing and Marketing in a commercial bank: Textbook-ing allowance], Moscow: Ekonomist, 2004, 123 p. (In Russ.)
3. Perekhozhev V.A. [Modern approaches to understanding the categories of "bank product", "banking" and "banking operation"], *Finansy i kredit* [Finance and credit], 2002, no. 21 (111), pp. 23-32. (In Russ.)
4. <http://www.market-pages.ru/bankmark/3.html> (accessed: 05 September 2016). (In Russ.)
5. Zhukova E.F. *Bankovskii menedzhment : uchebnik dlya studentov vuzov, obuchayushchikhsya po ekonomicheskim spetsial'nostyam* [Bank management: a textbook for university students enrolled on Economic specialties], Moscow: YuNITI-DANA, 2009, 303 p. (In Russ.)
6. Lavrushina O.I. *Bankovskii menedzhment : uchebnik* [Bank management: Textbook], Moscow: KNORUS, 2009, 560 p. (In Russ.)
7. Kurshakova N.B. *Bankovskii marketing* [Bank marketing], St. Petersburg: Piter, 2003, 192 p. (In Russ.)
8. Lavlok K., Gammeson E. [Marketing services – what's next? In search of a new paradigm and recent trends], *Marketing i marketingovye issledovaniya* [Marketing and marketing research], 2006, no. 2, pp. 158-172 ; no. 3, pp. 240-259. (In Russ.)
9. Nekrasov S.I., Nekrasova N.A. *Filosofiya nauki i tekhniki : tematicheskii slovar'-spravochnik* [Science and Technology Philosophy: thesaurus catalog], Orel: OGU, 2010, 289 p. (In Russ.)
10. Shved D.E. [The concepts of "bank product" and "banking"], *Marketing v Rossii i za rubezhom* [Marketing in Russia and abroad], 2011, no. 1, pp. 56-64. (In Russ.)
11. www.gks.ru. (accessed: 05 September 2016). (In Russ.)

Banks Escape to the Internet

N. I. Kulikov, Yu. V. Kudryavtseva

Tambov State Technical University, Tambov, Russia

Keywords: bank branches; banking mobile app; banking products and services; banks; efficiency of banks; inflation; Internet banking functions; online banking; reduction of branches.

Abstract: The paper focuses on causes and consequences of a significant reduction in branches of the banking network; the branch network has decreased by 15 % over the past two years. We describe the relations arising between the bank and the client, the main elements of banking products and services, banking transactions using Internet banking or bank mobile application. It is noted that the use of Internet banking leads to a reduction in operating costs of commercial banks, while the development of banking services remains the main reason for the reduction in bank branches.

© Н. И. Куликов, Ю. В. Кудрявцева, 2016