

ВОССТАНИЕ ФИНАНСОВЫХ МАШИН

БОЛЬШЕ 35 МЛН РОССИЯН В ВОЗРАСТЕ ОТ 18 ДО 64 ЛЕТ ПОЛЬЗУЕТСЯ ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГОМ. ЭТО ПРИМЕРНО 64,5% ОТ ОБЩЕГО ЧИСЛА ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В НАШЕЙ СТРАНЕ. УДАЛЕННО МОЖНО УЖЕ НЕ ТОЛЬКО ОПЛАТИТЬ ШТРАФЫ, НО И ОТКРЫТЬ ВКЛАД, КОНВЕРТИРОВАТЬ ВАЛЮТУ, ПОЛУЧИТЬ БЕЗЗАЛОГОВЫЙ КРЕДИТ И СДЕЛАТЬ МНОГОЕ ДРУГОЕ. ЭКСПЕРТЫ ГОВОРЯТ, ЧТО КРИЗИС ЯВЛЯЕТСЯ ОТЛИЧНЫМ СТИМУЛОМ ДЛЯ РАЗВИТИЯ УДАЛЕННЫХ СЕРВИСОВ, ТАК КАК ЭТО ПОЗВОЛЯЕТ СОКРАТИТЬ ИЗДЕРЖКИ И ОХВАТИТЬ САМЫЕ ОТДАЛЕННЫЕ ТОЧКИ РОССИИ — ГЛАВНОЕ, ЧТОБЫ ТАМ БЫЛ ИНТЕРНЕТ. ЮЛИЯ ЧАЮН

Интернет-банкинг развивается высокими темпами не только в городах-миллионниках. Согласно исследованиям, проведенным в 2016 году, в российских городах с населением от 100 тыс. человек дистанционное банковское обслуживание (ДБО) востребовано у 68,2% пользователей интернета, что составляет 22,9 млн человек.

У дистанционного банковского обслуживания в России действительно высокий потенциал: по оценкам аналитиков РА «Эксперт», объем операций по этому виду банковских платежей в 2015 году превысил 2 трлн рублей, а средний платеж уже вырос до 18,5 тыс. рублей. Но одновременно с этим около 11% россиян пока вообще не могут пользоваться возможностями дистанционного банковского обслуживания в силу отсутствия в любом виде интернета, что свидетельствует в пользу того, что реалии современного банкинга — это и сеть банковских офисов и онлайн-сервисы.

Популярность удаленных сервисов у пользователей, имеющих доступ к прелестьям интернета, объясняет Максим Чубак, начальник департамента маркетинга Росинтербанка. Он говорит, что в условиях современного общества, когда все куда-то спешат и большинство действий (перекусы, чтение книг, интернет-серфинг, общение) осуществляются буквально на ходу, на первое место в банковском обслуживании, особенно дистанционном, выходят удобство сервиса, а также простота и скорость выполнения операций.

Иони Ассия, основатель социальной сети для трейдеров eTogo, говорит, что для того чтобы занять лидирующие позиции в диджитал-сфере и конкурировать с технологическими компаниями, сегодня банки решаются, возможно, на самые серьезные преобразования в истории банковского дела. «При этом происходящие изменения связаны не только с тем, что люди теперь по-другому могут управлять своими деньгами при помощи новых инструментов — мобильного банкинга, виртуальных аккаунтов, безналичных платежей, моментальных денежных переводов, но и с тем, что появились новые способы инвестирования. Помимо традиционных сберегательных счетов, сегодня в распоряжении каждого человека есть и совершенно новые возможности управления финансами, ранее доступные исключительно специалистам, например, инвестирование в финансовые инструменты онлайн. На самом деле, именно поэтому я загорелся идеей создать eTogo: мне хотелось открыть доступ на международные финансовые рынки самому широкому кругу людей при помощи абсолютно нового подхода к инвестированию — социаль-



ДЛЯ ТОГО ЧТОБЫ ЗАНЯТЬ ЛИДИРУЮЩИЕ ПОЗИЦИИ В ДИДЖИТАЛ-СФЕРЕ И КОНКУРИРОВАТЬ С ТЕХНОЛОГИЧЕСКИМИ КОМПАНИЯМИ, СЕГОДНЯ БАНКИ РЕШАЮТСЯ, ВОЗМОЖНО, НА САМЫЕ СЕРЬЕЗНЫЕ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ В ИСТОРИИ БАНКОВСКОГО ДЕЛА

ного трейдинга — и кардинально изменить само устройство сферы управления частными капиталами, которая традиционно была очень привилегированной», — рассказывает господин Ассия.

Эффект от внедрения дистанционных сервисов для банков достаточно многогранен. Стоит упомянуть и об оптимизации затрат как операционных, так и на развитие филиальной сети, а также об экономии времени клиентов на совершение операций, увеличении комиссионных доходов за счет совершаемых клиентами транзакций и, конечно, имиджевой составляющей. Так, удаленные каналы позволяют банку увеличивать долю присутствия на рынке и способствуют продвижению бренда среди населения. Что же касается инвестиций, то вложения в развитие дистанционных сервисов могут быть и вовсе не лимитированы. Затраты на разработку новых и доработку существующих сервисов могут достигать десятков, сотен миллионов рублей ежегодно, а то и миллионов долларов. В 2015 году российскими банками было израсходовано на различные IT-разработки до 120 млрд рублей.

Если говорить про влияние кризиса, то его эксперты в большей степени называют благотворным. В частности, Павел Рябинков, начальник департамента банковских технологий Росэнергобанка, утверждает, что его влияние является существенным фактором для инвестиций в развитие дистанционных сервисов, способствующих оптимизации бизнес-процессов и сокращению издержек.

САМ СЕБЕ БАНКИР Количество продуктов, представленных через удаленный банкинг, уже весьма велико.

Алексей Илющенко, директор департамента стратегии и маркетинга СМП-банка, рассказывает, что через интернет-банк доступны переводы, оплата услуг, ЖКХ, мобильной связи, погашение кредитов, контроль и оплата штрафов ГИБДД, налогов. «Дистанционно можно открыть счет и вклад, осуществить конвертацию валюты, подключать и отключать услуги по банковской карте, управлять брокерскими счетами, осуществлять переводы по номеру счета или по номеру карты. Кроме того, в интернет-банке можно ставить финансовые цели и планировать личный бюджет», — делится господин Илющенко.

По словам Дмитрия Курдюкова, председателя Северо-Западного банка Сбербанка России, есть распространенный стереотип восприятия банков, что платеж в банке — это квитанция. «На самом деле это не так. В мобильном приложении Сбербанка, например, внедрена функция сохранения квитанции — ее можно сохранить на мобильном устройстве, отправить на почту или в виде MMS, на виртуальный принтер. Или внедрение функции перевода денежных средств с помощью SMS — ей активно пользуется и молодежь, безналично собирая сумму за обед или на вечеринку, и пенсионеры, которые одалживают друг другу необходимые суммы. Мы уходим из наличного и даже из бумажного оборота. У нас есть услуга „Автоплатеж“, которая оплачивает все регулярные счета, выставленные поставщиками, без каких бы то ни было временных затрат у потребителя. И она не ограничена квитанциями за квартплату или телефон — мы подключили к ней свыше 1000 поставщиков услуг», — говорит господин Курдюков.

Следует отметить, что существуют целые виртуальные банки.

Например, как рассказывает Яков Новиков, сооснователь и управляющий директор «Модульбанка», все услуги «Модульбанка» доступны удаленно. «Для онлайн-банка это закономерно. Не думаю, что возможностью отправлять платежи со своего мобильного сегодня можно кого-то удивить. Мы пошли дальше: наш клиент теперь может открыть счет у нас в банке с помощью мобильного. Еще недавно у других банков это требовало несколько дней с личным присутствием в отделении. А сегодня — скачал приложение, загрузил туда нужные бумаги и пожалуйста — пользуйся счетом», — говорит господин Новиков.

Илья Злуницын, директор Санкт-Петербургского регионального филиала АО «Россельхозбанк», говорит, что, к сожалению, немногие кредитные организации сегодня могут предложить такой технологический уровень, чтобы интернет- и мобильный банкинг являлись собой систему управления и контроля за семейным бюджетом с помощью нескольких аккаунтов с различными лимитами и настройками, как это уже давно реализовано на Западе. «Во-вторых, это степень компьютерной и финансовой грамотности населения, которая на данный момент в России достаточно низка», — констатирует он.

ЗАКЛЯТЫЕ ПАРТНЕРЫ Мобильные операторы являются в каком-то смысле конкурентами банкам в части мобильной коммерции, но следует отметить, что у большинства из них накапливается значительный объем информации о клиентах.

Юрий Гольцер, архитектор банковских CRM-решений компании Navicon, отмечает, что эти данные могут успешно применяться банковским сектором, к примеру, для маркетинговых целей. Уже сейчас некоторые операторы предлагают банкам услуги скоринга на основании своих данных. «Банки будут сотрудничать не только с телеком-операторами, создавая финансовую „экосистему“ с небанковскими организациями. Сейчас уже существуют так называемые „кампусные проекты“, когда карта банка является для студента одновременно зачетной книжкой, читательским билетом и пропуском в библиотеку. Также банки сейчас уходят в социальные сети, создавая и там оригинальный контент. К примеру, один турецкий банк сделал в популярной социальной сети собственную игру, аналог „Фермы“, в которой в качестве элемента игры присутствовал офис с логотипом банка. И за определенные очки, набранные в рамках игры, пользователю предоставляли бонусы на продукты банка», — рассказывает господин Гольцер. ■