

ТРАНСФОРМАЦИЯ БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОЙ ИНФОРМАТИЗАЦИИ ИЛИ КОММЕРЧЕСКИЕ БАНКИ СЕГОДНЯ: ПЕРЕЗАГРУЗКА

Дьякова О. Н.,

студентка 5 курса экономического факультета,

Мордовский государственный университет имени Н. П. Огарёва г. Саранск

Статья посвящена анализу процесса трансформации банковской деятельности в условиях глобальной информатизации. Идентифицированы причины и последствия изменений банковской деятельности. На этой основе определены слагаемые успешного развития банков в новых экономических реалиях.

Ключевые слова: банк, инновации, технологии, глобальная информатизация, дистанционное банковское обслуживание, новые банковские продукты, новые каналы продаж

Эпоха информационного общества, которая пришла на смену постиндустриальному обществу, базируется на информационных технологиях, знаниях, идеях и инновациях. Эти базовые основы способствуют все большей и ускоряющейся глобализации межстрановых и межрегиональных связей, культур, экономик. Указанные тенденции ознаменовались Хартией глобального информационного общества, которая была подписана в 2000 г. руководителями стран «большой восьмерки» на острове Окинава в Японии [10]. Информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) являются одним из наиболее значимых факторов, влияющих на формирование общества XXI века, и становятся жизненно важным стимулом развития мировой экономики. В государственной программе РФ «Информационное общество (2011-2020 годы)» отмечается необходимость развития экономики и финансовой сферы на основе использования информационных и телекоммуникационных технологий. ИКТ также дают возможность всем частным лицам, фирмам и сообществам, занимающимся предпринимательской деятельностью, более эффективно и творчески решать экономические и социальные проблемы. Глобальная информатизация затронула все сферы жизни общества, в том числе и банковскую сферу. Безусловно, подобные тенденции требуют специальных и глубоких исследований. В рамках статьи мы попытаемся проанализировать процесс трансформации банковской деятельности под прессом глобальной информатизации и сделать соответствующие выводы.

В современных условиях банки меняются не от хорошей жизни, а потому что иначе им просто не выжить. На них давят с разных сторон: 1. кризис; 2. клиенты; 3. конкуренты; 4. технологии; 5. власти. Остановимся на каждой из этих причин изменения банков подробнее.

Финансовый кризис, начавшийся уже в 2007 году, вынуждает банки помимо снижения издержек, наращивания капитала, совершенствования управления рисками, искать способы мобилизации новых ресурсов и работать с более дорогими пассивами, использовать новые продукты, каналы их продажи и современные технологии, позволяющие повысить эффективность работы. Примером совершенствования каналов продажи банковских продуктов является сайт Национального австралийского банка. Его главная задача – переложить проблему отнесения клиентов к той или иной группе с банка на плечи самих клиентов. Каждый, кто заходит на этот сайт, сам должен решить к какому типу клиентов он относится, и в зависимости от этого выбора ему будет предложен индивидуальный набор продуктов. По сути, клиенты сами участвуют в создании продуктов, ориентированных на их потребности. Одним из примеров инновационных подходов к построению новых каналов продаж может служить практика AkBanka, который организовал выдачу кредитов через банкоматы. Банковская структура Wells Fargo смогла обеспечить эффективную продажу своих продуктов за счет отличной организации собственного сайта. Коэффициент кликов на сайте этого банка в 8 раз выше, чем у лучших образцов сетевой рекламы. За счет этого банк добился роста продаж на 10-15%. Примером новых продуктов может служить разработанный Bank of America сайт, который позволяет клиенту: видеть все свои счета, даже в других финансовых институтах, вести учет всех своих активов, сформировать личный бюджет и следить за расходами, отслеживать платежи по категориям (за газ, за продукты и т.п.), анализировать расходы и сбережения с помощью простых графиков и таблиц [1].

Клиенты. Исследования консультационных компаний, в частности Аксенчер, указывают банкам на то, что в последнее время многие клиенты:

1. меньше верят банкам;
2. чаще меняют кредитные организации;
3. стали более чувствительными к ценовым параметрам;
4. начали выражать желание совершать операции в любое время в любом месте;
5. ищут более простые и интересные банковские продукты;
6. стали более осведомленными, требовательными и более активно обсуждают проблемы банков друг с другом в социальных сетях;
7. готовы покупать банковские услуги у небанковских организаций, а через банки получать доступ к небанковским услугам [1].

Значит, современный осведомленный, требовательный и все более занятой клиент готов обратиться к небанковским организациям за банковскими продуктами, что особенно ярко теперь обрисовывает проблемы конкуренции, которая растет с каждым днем. Помимо традиционных конкурентов, банки в эпоху информатизации, ускоренного развития информационных технологий и все большей глобализации связей и отношений в разных отраслях и сферах жизни общества, а в частности, в финансовой сфере, приобрели новых конкурентов в лице небанковских структур: 1. операторы мобильной связи; 2. системы

интернет-платежей; 3.различного рода платежные системы, принимающие наличные платежи через терминалы; 4.социальные сети; 5.прочие небанковские структуры. Заметно, что перечень включает весьма большое количество весьма разнообразных небанковских конкурентов. Они привлекают клиентов тем, что отвечают их новым требованиям: «быстро, здесь и прямо сейчас!»! Это сети платежных терминалов, операторы Интернет-кошельков и пр., а ведь они не предлагают ничего такого, что не могли бы сделать банки. Более того, они это делают гораздо дороже, с меньшей долей ответственности, и с ущербом для экономики (риск отмывания). Почему они выигрывают? Ответ не заставляет ждать: нет жесткого регулирования; сильные лоббисты; грамотный маркетинг.

Приведем немного весомых статистических аргументов: По данным Национальной ассоциации участников электронной торговли (НАУЭТ), в 2010 году объем отечественного рынка достиг 772,2 млрд. рублей, увеличившись на 19% по сравнению с 2009 годом. Показатель включает платежи наличными, проходящие через любые точки приема: платежные терминалы, кассы в магазинах и салонах связи, банковские терминалы [2].

Руководитель блока информационных технологий «Сбербанка России» Виктор Орловский сообщает: «...другие индустрии отрывают бизнес у банков. Мобильная связь, терминальные сети, электронные деньги! Если не обращать на них внимания, рано или поздно банковского бизнеса не станет как такого. Предложите как минимуму те же услуги – или вам конец», «...скоро операторы телекоммуникационного рынка начнут скупать банки, и отдельные прецеденты мы можем увидеть уже сегодня» [9].

Операторы мобильной связи активно стремятся играть на традиционно банковском поле. В их арсенале возможность оплаты коммунальных услуг, телевидения, телефона (как мобильного, так и городского), Интернета, штрафов ГИБДД, погашение кредитов, денежные переводы (например, в торговых сетях «Связной», «Евросеть», «МТС» в системе «Золотая Корона – Денежные переводы»), пополнение «мобильных кошельков», оплата мобильного контента (например, музыкальных файлов), покупки в Интернет-магазинах, перечисление средств со счета мобильного телефона на банковский и т.д. Не исключено, что перечень платежей и услуг будет только расширяться. Так, 15% россиян осуществляют платежи (примером служат указанные выше) в салоне сотовой связи через оператора [8]. В этой связи конкуренция банков с операторами в ряде случаев привела к конвергенции их интересов, что отразилось в их союзе: сеть «МегаФон-Москва» и ЗАО КБ «Ситибанк» представили первую в России совместную кредитную карту с льготным периодом кредитования. Кредитная карта «МегаФон-Ситибанк» платежной системы MasterCard объединяет все возможности настоящей кредитной карты и уникальные бонусы, доступные только абонентам сети «МегаФон-Москва». «Мегафон-Москва», «Сбербанк» и Visa International запустили в 2006 году новый сервис «Мобильный банк - Verified by Visa». МТС выпускает совместные карты со «Сбербанком России», «Райффайзенбанком», «Ситибанком» и «Русским Стандартом». МТС также сотрудничает с «Московским банком Реконструкции и Развития», а в следующем

году «МБРР» планирует провести ребрендинг и превратиться в розничного игрока, предположительно переименовавшись в «МТС-банк». «Билайн» предлагает кобренд с «ВТБ 24» и «Альфа-Банком», также он участвует в накопительной программе «Малина», партнерами которой являются «Райффайзенбанк» и «Русский Стандарт» [12-14].

Рынок дополнительных мобильных услуг (VAS), объем которого в 2009 г. составил 200 млрд. долл. (мировое значение) будет расти ускоренными темпами и к 2014 году 36% рынка займут 15 развивающихся стран, в том числе и Россия, для которых характерен недостаточно высокий уровень развития банковских сетей и института банковских карт [11].

Итальянский банк PosteMobile представляет собой виртуального оператора мобильной связи, клиенты которого в режиме онлайн могут оплатить счета, послать телеграмму, сделать перевод другому человеку (P2P). Таким образом, банк движется в сторону мобильной торговой сети – через него можно будет заказывать билеты, покупать товары. Банк превращается в мультителекоммуникационную компанию и торговый концентратор.

В системе интернет-платежей можно совершать широкий круг операций идентичный функционалу интернет-банкинга (оплата коммунальных услуг, сотовых операторов, интернет провайдеров, переводы со счета (кошелек в системе интернет-платежей) на счет (кошелек), оплату товаров в интернет-магазинах и прочие платежи), при этом скорость совершения операций выше, возможна анонимность платежей. В Рунете присутствуют такие системы, как: Яндекс.деньги, созданная в 2002 г., в которой используется два разных типа кошелька: Яндекс.Кошелек (доступ с помощью web-интерфейса) и Интернет.Кошелек (доступ с помощью специального ПО); система WebMoney Transfer – крупнейшая и самая распространенная в Рунете электронная платежная система; Z-PAYMENT – иркутская платежная система, выросшая из регионального дилера системы WebMoney Transfer компании ICWMT; а также PayPal, E-Gold, RuPay, e-port, Rapida и др. В 2009 году еще одной системой интернет-платежей RBK-Money и банком «РВК» была выпущена совместная карта RBK Money MasterCard, являющаяся полноценной банковской картой, позволяющей оплачивать покупки в торговых точках и через Интернет, пополнение которой возможно в системе RBK-Money.

Таким образом, использование в системе интернет-платежей предоплаченных финансовых продуктов и «мобильных кошельков» сближает услуги указанных систем с депозитными операциями. По данным ассоциации «Электронные деньги», в прошлом году объем рынка пополнения «виртуальных кошельков» составил около 70 млрд. рублей, и эксперты ожидают, что к концу 2011 года он увеличится вдвое [15]. В свою очередь, банки начинают «легализовываться» в качестве эмитентов электронных денег. Пять кредитных организаций уже уведомили регулятора о том, что осуществляют перевод «виртуальных» денег. Среди них Альфа-Банк, осуществляющий эту деятельность с момента вступления в силу закона «О национальной платежной системе» (НПС).

Платежные терминалы позволили небанковским структурам (платежным системам) успешно вторгнуться в сферу платежей и занять существенную часть этой ниши. По данным НАУЭТ, на территории России только в сети QIWI работает 120 тыс. терминалов, число банкоматов же полгода назад оценивалось в 60 000 [2].

Они обслуживают подавляющую часть платежей операторов мобильной связи (на долю кредитных организаций приходится не более 10% платежей) и Интернет-провайдеров, поставщиков медиа-контента, а также успешно осваивают новые сегменты – оплату жилищно-коммунальных услуг и услуг фиксированной электросвязи, погашение потребительских кредитов, продажу авиа-, железнодорожных и иных билетов и т.п. Объем операций ежегодно увеличивался на 70-90% и по итогам 2007 г. может быть оценен в 15 млрд. долл. [6, с. 76]. В совокупности три самые крупные платежные системы: CyberPlat, ОСМП-Qiwi, e-port, занимают около 90% рынка микроплатежей.

Особняком на рынке микроплатежей стоит Почта России. По итогам 2006 года объем финансово-почтовых операций, проведенных почтой России, составил 1,3 трлн. р., большая часть из них приходится на доставку пенсий. Почта России контролирует 60% рынка доставки пенсий. Прием коммунальных платежей и платежей в адрес третьих лиц составляет примерно 14 % всех финансовых услуг и 25% рынка коммунальных услуг России. В 2007 году Почтой России было погашено банковских потребительских кредитов почти на 200 млрд. р., более 20 банков сотрудничали с ней в этой сфере [6, с. 75].

Социальные сети особенно активны. Некоторые из них начинают оказывать финансовые и банковские услуги. Например, в сети фейсбук (Facebook) можно совершать онлайн-покупки, приобретая товары во внутренней торговой системе MarketPlace. В сети фейсбук действует своя валюта: facebookcredits. В конце прошлого года сеть выпустила свою предоплаченную подарочную безымянную карту. В системе Твиттер (Twitter) в начале прошлого года была запущена платежная система Twitpay. Возможность совершать онлайн-покупки дает Живой Журнал. Там можно купить платный аккаунт, место на диске, дополнительные юзерпики, оплатить смену имени, виртуальные подарки, футболки, визитки, подарочные сертификаты. Эти продукты оплачиваются банковскими картами всех систем, электронными деньгами (webmoney, Я.Деньги) и собственной валютой сети: жетонами (1 жетон = 1 цент). Другие социальные сети (Одноклассники.ru, Профессионалы.ru, Linkedin, Freelance) также дают возможность делать он-лайн покупки, некоторые из них также ввели свою валюту. Из вышесказанного следует логичное *решение*: в жесткой конкурентной борьбе за клиента, которая развернулась на несвойственном для банков поле, вынуждает их открывать свое присутствие в социальных сетях. Например, свою страницу на «Фейсбуке» имеют 8 банков из топ10 крупнейших банков по активам по состоянию на 01.01.2011 г. («Сбербанк России», «Альфа-банк», «Райффайзенбанк» и др.), в «Твиттере» - 7 банков из топ10 («Банк Москвы», «Банк ВТБ», «Газпромбанк» и др.), в сети «Вконтакте» - 4 банка из топ10 («Сбербанк России», «ЮниКредит Банк», «Альфа-банк», «Банк Москвы»), в «Одноклассни-

ках» – только «Альфа-банк». Также активны в социальных сетях «ОТП Банк», «Ак Барс» банк, банк «Возрождение» и т.д.

Страницы банков в социальных сетях не просто дань моде, веяние времени – банк, таким образом, показывает клиентам свою близость и доступность, делится опытом, советует, публикует новости, участвует в обсуждении и решении возникающих у пользователей вопросов. Он узнает реальные запросы из первых рук, уточняет что-то в интерактивном режиме, может сразу давать ссылки на продукты. Это дает новое качество: *сочетание консультации с маркетинговым исследованием в режиме реального времени*. Эффективность данной работы достигается высокой степенью внимательности к каждому клиенту, к каждому вопросу, что позволяет обеспечить достоверность собранных данных для их дальнейшего анализа в прикладных целях.

Для общения с клиентами банки используют не только универсальные социальные сети, отмеченные выше, но и сайты потребителей, например, сайт «sравni.ru», которые тоже обладают функционалом социальных сетей. На сайте «Банки.ру» был создан проект «друзья банков», который при умелом использовании также становится новым каналом общения и продаж банковских продуктов.

Таким образом, мы видим, что с одной стороны социальные сети превращаются в канал продажи банковских продуктов, а, с другой стороны, сами эти сети постепенно начинают оказывать финансовые и банковские услуги, фактически вступая в конкуренцию с банками. Как сложится баланс взаимодействия банков и социальных сетей пока сказать сложно, собственно говоря, как и с другими небанковскими структурами.

Прочие небанковские структуры, к которым относятся, например, принципиально новый тип конкурентов – сетевые платформы P2P кредитования (см. подробнее далее).

Новые технологии, появившиеся в последние годы, которые изменяют банковскую деятельность:

1. Появление вайфай (Wi-Fi) и скайп (Skype), широкополосного мобильного Интернета, распространение мобильной голосовой и видео связи, мобильного интернета, сетей 3G, 4G. Современные программные приложения, свободно доступные в Интернете, для мобильных устройств (последние выступают инновационным каналом продажи банковских продуктов), позволяют удобно и быстро организовывать платежи, например, разработано приложение, которое позволяет, стукнув два iPhone, обменяться информацией. В банковских приложениях, используя эту технологию, клиенты могут обмениваться реквизитами для перевода средств друг другу. К телефонам могут прикладываться считыватели карт. Это позволяет совмещать кредитную карту с мобильными телефонами. В будущем коммуникаторы вообще могут заменить кредитные карты, и тогда наступит эпоха полноценного мобильного банкинга. Современные телефоны могут сканировать штрих-коды на продуктах и счетах, а встроенные в них мобильные приложения – быстро оплачивать их (таблица 1).

Возможности современных программных приложений для мобильных устройств [1]

Название приложения	Возможности приложения
iDaMobile	Позволяет осуществлять платежи при помощи голосовых команд, обмениваться реквизитами при помощи QR-кодов.
PNC Virtual Wallet (PNC Bank)	Позволяет встряхнув телефон, перевести средства с текущего счета на сберегательный (Shake the pig). В разделе Wish List можно ставить цели для накоплений и отслеживать их достижение. Приложение SQUARE с мини кардридером, позволяющее зачислять деньги на счет с любой банковской карты.
Starbucks Card Mobile App	Позволяет оплачивать покупки в Starbucksс предоплаченной карты Starbucks, сканируя штрих-код на продукте.
Mobile Photo Bill Pay	Оплата счетов за услуги. Осуществляется в следующем порядке: сначала отсканировать счет при помощи камеры мобильного телефона, проверить реквизиты, оплатить

Мобильные платежи могут осуществляться также посредством интерактивных SMS (iSMS). На их основе можно обеспечить: интерактивный СМС-Банк-Клиент, защиту от мошенничества, маркетинговые опросы, прямой online диалог с клиентом, проверку качества обслуживания клиентов. Посредством обмена смс-сообщениями некоторые банки научились выдавать кредиты. Технология кредитования выглядит примерно так. Банк присылает предложение, клиент откликается, банк анализирует кредитную заявку, запрашивает данные в кредитном бюро, одобряет кредит, информирует клиента, тот приходит, подписывает договор и получает деньги.

Новые технологии открывают возможности быстрого и эффективного кредитования людьми друг друга в режиме P2P. Термин P2P происходит от английского «people-to-people» или «peer-to-peer, что в переводе обозначает «от человека к человеку», или «от равного к равному». Перечислим преимущества прямого взаимного кредитования людьми друг друга в режиме он-лайн. Сниженные риски – вы даете в долг и берете займы у людей, которых вы давно и хорошо знаете, даже если это знакомство является всего лишь виртуальным. Сниженные процентные ставки для заемщиков (т.к. у кредитора отсутствуют операционные расходы, и риски по не возврату снижены). Повышенные ставки по депозитам (дельта между ставкой по кредиту и ставкой по депозиту максимально сокращена, т.к. отсутствует ненужная прослойка в виде банка). Первая платформа P2P кредитования Kiva.org появилась 5 лет назад в США. За ней появились другие ресурсы: prosper.com, lendingclub.com, smava.de. По состоянию на середину прошлого года по системе P2P выдано займов на 740 млн. долларов США. В России кредитование в режиме P2P осуществляют PROSPER, ZOPA, Fynanz, LendingClub, VirqinMoney.

2.Появление новых мобильных платформ и устройств: айпады (iPad), айфоны (iPhone). Таким образом, современные коммуникаторы – это не просто телефоны, а платформа для загрузки многих приложений и удобное средство для работы с ними. Айпад 2 позволяет по-новому организовать общение клиента с сотрудником банка: в режиме видеосвязи.

3. Развитие систем коммуникации ближнего поля (Near Field Communication – NFC). Эти системы дают возможность поддержки сводных, полностью интегрированных комплектов приложений удаленных и бесконтактных услуг, таких как полнофункциональный мобильный банк, электронный кошелек. Эти технологии основаны на использовании радио-чипа, встроенного в мобильный телефон, коммуникатор, кредитную карту, сим карту.

Решение похоже на Bluetooth, только безопаснее: из-за небольшого радиуса действия (10 см), сигнал трудно перехватить. Чтобы использовать технологию бесконтактного доступа, телефон или другое устройство со встроенным чипом надо поднести к считывающему терминалу. Терминал может получить с чипа бесконтактным путем идентификационную информацию, реквизиты, остаток средств, делает запрос на платеж, который можно подтвердить с клавиатуры. Технологии бесконтактной коммуникации ближнего доступа позволяют клиентам обмениваться информацией, совершать платежи, находить то, что им нужно, получать доступ на вход куда-либо. NFC технологии позволяют легко совершать покупки и в перспективе дают возможность обходиться без кредитных карт в их нынешнем физическом виде как куска пластика. Посредством телефонов с встроенными чипами клиенты могут взаимно кредитовать друг друга или переводить деньги. Однако, чтобы такие решения стали возможными, необходимы изменения в законодательстве и в технологиях банков.

4. Появление биометрических технологий и их применение в банках в различных областях: от идентификации клиентов до учета рабочего времени сотрудников. Современные биометрические технологии позволяют идентифицировать клиентов по сетчатке глаза, лицу и отпечаткам пальцев. Основным преимуществом биометрических систем является простота их взаимодействия с клиентом. В отличие от пароля или персонального идентификационного номера (ПИН), биометрическая характеристика не может быть забыта или потеряна, ее сложнее украсть. Биометрические технологии позволяют применять так называемую «умную рекламу», узнающую человека по рисунку радужной оболочки. Платежная система Visa объявила, что станет использовать биометрические технологии для идентификации держателей своих карт в Индии. Если еще недавно биометрическая идентификация держателей банковских карт считалась экзотикой, то сейчас она стала совершенно привычной для десятков и сотен тысяч пользователей в Бразилии и Индии, Польше и Саудовской Аравии, Японии и Колумбии. В России пилотные проекты по интеграции биометрии в банкоматы и POS-терминалы реализует Сбербанк: в некоторых регионах держатели эмитированных им социальных карт могут оплачивать товары и услуги, подтверждая транзакцию путем сканирования отпечатков пальцев. Среди применяющих биометрию кредитно-финансовых учреждений можно назвать также такие российские и мировые банки как «Societe Generale», «Народный банк Казахстана», «California Commerce Bank», «ING» и прочие. Стоит отметить, что действующее законодательство в сфере защиты данных устарело и необходима активная работа по его обновлению, решение вопросов законодательного регулирования в сфере облачных вычислений.

5. Совершенствование банкоматов, банковских информационных систем и устройств. Современный банкомат умеет фотографировать, проверять удостоверение личности, сличать подписи, принимать подписанные заявления, эмитирует карту и выдает деньги. Через банкомат можно позвонить консультанту, так как он оснащен телефонной трубкой. В обозримой перспективе банки смогут использовать технологии распознавания речи, которые могут применяться не только при звонке в банк, но и при выполнении банковских операций через мобильный телефон, банкомат и т.д. Ожидается, что подобные технологии станут обычным делом лет через 8-10, а может быть и ранее. Большую роль в повышении эффективности банковской деятельности может сыграть использование современных технологий в контакт-центрах (IVR – Interactive VoiceResponse), когда клиент без участия оператора проходит аутентификацию, получает информацию по балансу, операциям, график платежей по кредиту и т.д. Современные контакт центры также позволяют общаться с оператором по видео-каналам. В перспективе клиенты смогут видеть консультантов на экране мобильных телефонов и айпадов или на мониторах банкоматов, а также банковских терминалов. Идея видео звонков нашла свое продолжение в видео киоске Video Teller Machine турецкого банка ZiraatBank. Вы попадаете в замкнутую будку, (открывается и закрывается по банковской карте, как многие зоны 24x7 в банках по ночам) нажимаете клавишу и соединяетесь с сотрудником видеоколл-центра. Он не только может проконсультировать вас по продуктам и услугам, но и может послать необходимые документы на печать во встроенный принтер. Технологии видеоконференций обеспечивают: 1. Присутствие банка на каждом углу. 2. Экономии на персонале. 3. Ускорение запуска новых продуктов и услуг. 4. Повышение качества обслуживания.

6. Облачное хранение данных, позволяющее избежать значительных капитальных и операционных затрат. Основу облачных вычислений составляют процессы виртуализации IT-ресурсов и сервис-ориентированный подход в предоставлении IT-услуг. В целях снижения операционных издержек крупные банки строят собственные ЦОДы (центры обработки данных), например, в 2010 году глава «Сбербанка России» Герман Греф заявил о планах строительства крупнейшего в Европе ЦОДа площадью 15 тыс. кв. метров. Другие банки, в частности западные, часто используют смешанный подход, когда, имея собственный основной дата-центр, они резервный разворачивают в «облаке», что позволяет сглаживать пиковые нагрузки на собственные вычислительные мощности. Третьи разворачиваются навстречу к новым технологиям.

Власти. Кредитные организации вынуждены многое менять в своей работе также в связи с действиями властей и регуляторов разного уровня. В России государство оказало большую финансовую поддержку банкам, в первую очередь с государственным участием. Последние резко усилили свои позиции, а остальные банки, оказавшись в неравных условиях, подстраивались под изменившуюся ситуацию. Несмотря на то, что регуляторы в кризис помогли некоторым банкам, они существенно усиливают давление на них. Это заставляет

банки многое меняют в своей деятельности и делают банковскую сферу гораздо менее привлекательной.

Международным комитетом по банковскому надзору в прошлом году была одобрена новая система по глобальному регулированию деятельности банков – Базель 3. Базельские принципы заставляют банки пересмотреть свою политику в области формирования капитала, управления рисками, менеджмента, бюджетирования, планирования и андеррайтинга. Базельский комитет усилил требования к количеству и качеству капитала, намеревается ввести показатель левэриджа, предполагает ввести серию показателей для обеспечения формирования резервных запасов капитала в благоприятные времена, подготовил новые стандарты минимального уровня ликвидности. Базель 3 вступает в силу в 2019 году. Однако реализация части инициатив должна быть начата уже сейчас. Банк России тоже заставляет наши кредитные организации менять свою деятельность на тех же принципах и в те же сроки, что и требования Базеля. Изменения, вводимые Базелем 3, приведут к тому, что отдельные виды деятельности, связанные с финансовым посредничеством, потеряют свою привлекательность. Высок риск того, что операции финансового посредничества (брокерские, дилерские операции по купле-продаже ценных бумаг, деривативов и т.д.) будет более выгодно осуществлять не через банки, а через финансовые компании, поскольку услуги банков будут дороже.

В Стратегии развития банковского сектора РФ на период до 2015 года сказано, что Правительство РФ и Банк России обеспечат формирование нормативной базы, а также общие условия для применения в банковской деятельности новейших информационных технологий, в том числе технологий дистанционного банковского обслуживания, средств автоматизации кассовых операций, электронных средств платежа и электронной обработки платежной информации на основе развития конкуренции и внедрения инноваций в сфере высокотехнологичных банковских продуктов при соответствующем государственном регулировании и контроле.

Таким образом, контакт-центры, банкоматы, интернет-банкинг, мобильные устройства сделали во многих случаях ненужным посещение отделений. За последние 20 лет доля банковских операций, которые совершаются в отделениях, снизилась с 70% до 40%. Только 65% людей становятся клиентами в ходе визита в отделение (раньше эта цифра составляла 90%). Однако вряд ли банковские отделения исчезнут. Лет 10-12 назад в Европе многие банки решили, что сеть им больше не нужна, но лишь единицы смогли реализовать модель полностью виртуального банка на базе использования сети Интернет. Большинству пришлось восстанавливать закрытые отделения. Для клиентов оказывается важным хоть иногда пообщаться с банкирами лично, лицом к лицу. Примерами российских банков, осуществляющих виртуальную деятельность, являются банк «Тинькофф Кредитные Системы» (ЗАО), ОАО «Банк24.ру». Содержать банковские отделения – дорогое удовольствие. Для того чтобы экономить на аренде, сотрудниках, коммунальных платежах, в последние годы банки открывают все больше отделений новых форматов. В качестве одной из иллюстраций

можно указать, например, на испанский банк Vanesto, который активно использует мини-отделения. Их обслуживает 2-3 сотрудника, которые обучают клиентов использованию других устройств самообслуживания. Подобных примеров можно приводить много. Ряд банков, например, Дойчебанк открыли банковские офисы будущего, в которых комплексно реализованы самые последние технологические решения. Банковский офис будущего предельно легок – в нём минимум персонала, все операции клиенты могут выполнять через дистанционные каналы. В России офис будущего рядом с метро «Новослободская» открыл «Сбербанк России». Этот офис производит на тех, кто туда приходит большое впечатление.

Подводя итог можно сказать, что клиенты, конкуренты, регуляторы, кризис и появление новых технологий заставляют банки в корне пересмотреть подходы к организации своей деятельности. Банкиры реагируют на давление внешних сил, наращивая капитал, совершенствуя информационные технологии, операционную деятельность, систему управления рисками, меняя подходы к обслуживанию клиентов. Банки вынуждены менять отношения к клиенту. Раньше они изобретали продукты и пытались продать их в массовом порядке. Постепенно банкиры пришли к пониманию того, что при продаже надо учитывать индивидуальные особенности каждого человека – кто он, что ему нужно, где, когда и как. Если лет пять-семь назад клиент был рад самому простому набору дистанционных банковских услуг, то в будущем он станет требовать гораздо большего. Реакция банков на происходящие изменения также может выражаться в более активном использовании разных каналов продаж, внедрении новых методов ведения бизнеса, включая партнерство с небанковскими сетевыми структурами. В области совершенствования каналов продаж наиболее перспективными направлениями являются: 1.Создание отделений легких форматов; 2.Организация специализированных и экспериментальных отделений; 3.Продажа продуктов посредством мобильных видеоконференций; 4.Объединение всех каналов продаж в единую систему; 5.Создание виртуальных банков.

Ранее успешно применявшиеся банками стратегии обеспечения роста за счет покупок банковских структур и сетей или органического развития на основе использования существующих моделей ведения бизнеса в новых условиях уже не кажутся однозначно привлекательными. Чтобы выжить и эффективно функционировать, банкам надо менять все слагаемые их структуры – фронт и бэк-офисы, а также поддерживающие подразделения.

Можно отметить, что целый ряд банков радикально перестроил свою деятельность на основе использования новых технологий, подходов и решений. Ответом банков на вызов времени может стать их превращение в более эффективные и технологически продвинутые структуры. В результате происходящих в банковском мире перемен будут и победители и проигравшие. Основная борьба развернется за розничный бизнес. Выживут и станут лидерами те банки, которые лучше адаптируются к жестким изменениям, пересмотрят видение

своего позиционирования на рынке, будут активно внедрять инновации, смогут поставить розничных клиентов в центр своей деятельности.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ:

Алексеев М. Ю. Почему и как меняются банки. Что эти изменения могут дать молодому поколению. [Электронный ресурс] / М. Ю. Алексеев // Лекция в Финансовом Университете 28 апреля 2011 года в рамках конференции «Финансовые рынки будущего». - Режим доступа: <http://www.m-alekseev.com/lib/docs/> – Загл.с экрана.

1 Анищук Н. ИТ в банках и страховых компаниях 2011. [Электронный ресурс] / Н. Анищук // Обзор Cnews Analytics. – Режим доступа: <http://www.cnews.ru/reviews/free/banks2011/articles/article14.shtml> – Загл.с экрана.

2 Белкина Е. Сменив стратегию на розницу, МБРР станет МТС-банком. [Электронный ресурс] / Е. Белкина // Ежедневная деловая газета RBC daily. – Режим доступа: <http://www.rbcdaily.ru/2011/09/13/finance/562949981465404> – Загл.с экрана.

3 Банковское дело / [Г. Г. Коробова, Ю. И. Коробов, В. Э. Евдокимова и др.] ; под ред. Г. Г. Коробовой. - 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Магистр, 2009. – 590 с.

4 Головин А. Облако в законе. [Электронный ресурс] / А. Головин // Банковское обозрение. – 2011. - №4 (147). – Режим доступа: <http://www.bosfera.ru/node/6185> – Загл.с экрана.

5 Дистанционное банковское обслуживание / [А. П. Аксенов, А. Ф. Андреев, А. И. Болвачев и др.] ; под ред. А. П. Аксенова. – М. : КНОРУС : ЦИПСИР, 2010. – 328 с.

6 Заявление Правительства РФ N 1472п-П13, Банка России N 01-001/1280 от 05.04.2011 "О Стратегии развития банковского сектора Российской Федерации на период до 2015 года" // Справочно-правовая система Консультант Плюс.

7 Инициативный всероссийский опрос НАФИ и РМЦ в марте 2011 г. Какие способы платежей востребованы у россиян. [Электронный ресурс] / Национальное агентство финансовых исследований. – Режим доступа: <http://nacfin.ru/novosti-i-analitika/press/press/single/10482.html> – Загл.с экрана.

8 Инновации на вырост. Интервью с Виктором Орловским // Банковские технологии. - 2010. - №3. - с. 26-28.

9 Кулешова Н. Б. Виртуальные сетевые структуры: новый вызов для банков / Н. Б. Кулешова // Банковские услуги. – 2010. – №4. – с. 8-11.

10 Немерич Е. Телеком 2011. [Электронный ресурс] / Е. Немерич // Обзор CNews Analytics – Режим доступа: <http://www.cnews.ru/reviews/free/telecom2011/articles/articles15.shtml?print> – Загл.с экрана.

11 Официальный сайт ОАО «МегаФон» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.megafon.ru/bonus/partners/citibank/> – Загл.с экрана.

12 Официальный сайт ОАО «Мобильные телесистемы» (МТС) [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.mts.ru/> – Загл.с экрана.

13 Официальный сайт ОАО «ВымпелКом» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.beeline.ru/> – Загл.с экрана.

14 Полякова Ю. Банки пускают «электронные» корни. Пять кредитных организаций уведомили ЦБ об эмиссии собственных виртуальных денег. [Электронный ресурс] / Ю. Полякова // Банки.ру. Информационный портал. – Режим доступа: <http://www.banki.ru/products/remote/news/daytheme/?id=3353521> – Загл.с экрана.

15 Сорокин К. Возможности биометрии в банке [Электронный ресурс] / К. Сорокин // Интеллектуальный банк. – Режим доступа: <http://www.int-bank.ru/analyst/solutions/429/> – Загл.с экрана.

**TRANSFORMATION OF BANK ACTIVITY IN CONDITIONS OF GLOBAL
INFORMATION GROWTH OR COMMERCIAL BANKS TODAY:
RESTART**

O. N. Diakova,
the 5th year student of Department of Economics,
Ogarev Mordovia State University, Saransk

The article is devoted to the analysis of the process of transformation of bank activity in conditions of global information. The reasons and consequences of changes of bank activity are identified. On this basis is determined composed successful development of banks in new economic realities.

Key words: bank, innovation, technologies, global information, remote banking services, the new banking product, the new channels of sales