

ЧАСТЬ 2. ДЕНЬГИ, КРЕДИТ И БАНКОВСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

УДК 336.717

ББК 65.262.1

Быков Александр Павлович,

ассистент кафедры финансов, кредита и банковского дела,
Волгоградский институт экономики, социологии и права.

E-mail: chechori@mail.ru

Развитие банковского ритейла в новом цикле роста российской экономики Development of retail banking in the new cycle of growth in the Russian economy

Исследуя состояние рыночной конъюнктуры, при которой происходит извлечение банками операционной прибыли, автор обосновывает вывод о том, что в ближайшее время основным конкурентным преимуществом будет являться умение банковских учреждений эффективно действовать в секторе банковского ритейла. Развитие финансовых супермаркетов станет одним из наиболее важных направлений организационно-экономических инноваций в банковской сфере. Прогресс средств коммуникаций, финансовых технологий способствуют сокращению традиционных банковских услуг по схеме «один клиент - одна услуга». Интенсификация розничных услуг отечественными банками является существенным фактором конкурентоспособности в условиях выхода из посткризисной рецессии.

Investigating the condition of market conjuncture, under which there is deriving of operating profit by the banks, the author makes a conclusion that soon the skill of banking establishments to act effectively in the sector of retail banking will be the main competitive advantage. The development of financial supermarkets will become one of the most important directions of organizationally-economic innovations in the bank sphere. The progress of the means of communications and financial technologies help to reduce traditional banking services according to the scheme "one client - one service". The intensification of retail services by domestic banks is the essential factor of competitiveness under the conditions of the way out of post crisis recession.

Ключевые слова: банковские услуги; розничные продажи; межбанковская конкуренция; банковский ритейл; финансовый супермаркет; рецессия; банки; банковская система; кредитование физических лиц; кредитные учреждения.

Keywords: bank services; retail sales; interbank competition; Retail banking; financial supermarket; recession; banks; banking system; retail lending; credit institutions.

Реализация банковских услуг в розницу первоначально ошибочно представлялась как процедура рентабельная исключительно для банков, имеющих широкую филиальную сеть. Второе распространенное заблуждение, длительно имевшее место в системе российских банков, заключалось в том, что розница не дает устойчивого большого дохода по банковским операциям, и реализация розничных банковских услуг - прерогатива «облеченных» особым статусом и структурой банков.

Оказание розничных услуг банковским холдингом или отдельным банком - залог стабильной работы на достаточно специфичном и очень консервативном участке рынка. Первоначально были недооценены возможности и мощь финансового ресурса рынка розничных банковских услуг. Фактически они оказались в диаметрально противоположном положении к крупнейшим активным операциям с максимальным уровнем доходности и стабильности, но, с другой стороны, именно розница, в ряде случаев, стала и является до сих пор надежной опорой в поддержании банковской ликвидности, а также соблюдения отдельных показателей банковской деятельности.

В контексте развития розничной «торговли» банковскими услугами, большинство финансово – кредитных учреждений обратились к маркетинговым методам борьбы за клиентскую аудиторию. Значительно возросли ассигнования на исследование рыночной конъюнктуры банковских продуктов, рекламные расходы, фактически многие банки сформировали довольно мощный рекламный бюджет. В качестве непосредственных технологических звеньев размещения рекламы в целевых секторах российского экономически активного населения выступили ведущие рекламные агентства и медиа-холдинги.

Исследуя состояние современного банковского бизнеса и рыночной конъюнктуры, при которой происходит извлечение банками операционной прибыли, можно сделать вывод о том, что в ближайшее время важнейшим и основным конкурентным преимуществом будет являться умение банковских учреждений и банковских объединений эффективно действовать в секторе банковского ритейла.

Рынок розничных банковских услуг уже прошел этап становления. Для банков, эффективно ведущих розничный бизнес, он завершился еще в начале 2000-х гг. Существующие тенденции становления рынка банковской розницы весьма значимы для формирования банковской архитектуры, с безусловным учетом влияния фактора международной глобализации, который представлен мощными иностранными игроками банковского ритейла, весьма успешно адаптировавшимися к работе в России.

Современные российские банки имеют единственный шанс стать эффективными и успешно конкурировать на международном уровне – им крайне необходимо в кратчайшие сроки выстроить такую архитектуру сетевых межбанковских отношений, при которой преимущества потенциальных конкурентов российских банков нивелировались бы несоответствием инструментов удержания этих самых преимуществ.

Под сетевыми межбанковскими отношениями мы понимаем устойчивые финансовые взаимосвязи, которые основаны на национальном интересе развития отечественной экономики и банковской системы, в частности. Это основа финансовой архитектуры банковской системы России. Принципами построения таких сетевых межбанковских отношений являются следующие.

1) Мобильность ресурсов в системе финансовых отношений банковских учреждений (самым важным скрепляющим элементом здесь был и остается Центральный банк Российской Федерации).

2) Адекватность (система должна отвечать вызовам современной конъюнктуры банковского рынка, должна обеспечивать формирование конкурентных преимуществ отдельного банка и отечественного банковского сообщества в целом).

3) Гибкость (чем быстрее сеть межбанковских финансовых отношений может модифицироваться, тем эффективнее и с меньшими издержками банковское сообщество может преодолевать как пиковые состояния банковского рынка, так и с течением времени перепрофилировать и усиливать рентабельные сегодня направления банковского бизнеса).¹

4) Прозрачность (ясность любой системы позволяет обеспечить более точную ее регулировку и наладку, не является исключением банковская система, с присущей ей сложной иерархией финансовых отношений).

5) Актуальность (настоящий принцип очень близок к понятию, приведенному выше, такому как «Адекватность», однако, Актуальность подразумевает под собой сочетание изменчивости и адекватности сети межбанковских финансовых отношений, только в разрезе правильности логики построения структуры).

Банки активнейшим образом пытаются привлечь сбережения населения в депозиты, применяя самые современные технологии маркетинга и рекламы (активное консультирование, поддержка услуги рекламным консалтингом, маркетинговые и информационно-аналитические исследования и пр.).

Банковская система – уникальный саморегулирующийся механизм. Сегодня состояние рынка банковских услуг таково, что требует со стороны денежных властей не столько регулирование, сколько поддержку и государственную протекцию. Проблемы ликвидности, с которыми российские банки регулярно сталкиваются, и которые имеют, нередко, угрожающий характер, приводят к снижению роли банковского сектора как финансового локомотива российской инновационной экономики будущего. Это происходит посредством снижения объемов кредитов и ростом процентных ставок по ним, что в свою очередь негативно сказывается на себестоимости производства и его финансовой обеспеченности. В то же время возрождается былая активность вкладных операций населения (рис. 1)²

¹ Омельченко В. В. Нарушение налогового законодательства : ответственность банков / В. В. Омельченко [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rnk.ru/journal/archives/2003/7/> (дата обращения 20.09.2010)

² Тальская М. Бегом за вкладчиком / М. Тальская [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.expert.ru/printissues/expert/2010/34/begom_zh_vkladchikom (дата обращения 20.09.2010)



Рис 1. Изменение валютных и рублевых вкладов за период 2007-2010 гг.

При этом в ресурсах отечественной банковской системы вклады граждан заметно увеличили свой вес (рис. 2)³.



Рис 2. Изменение удельного веса частных депозитов в ресурсах банковской системы за период 1999-2010 гг.

³ Там же.

Несмотря на это, с 2001 г. по 2008 г. средняя депозитная ставка по рублёвым вкладам не покрывала инфляцию, оставаясь ниже растущего индекса потребительских цен (рис. 3).⁴



Рис 3. Сравнительная характеристика доходности рублевых банковских депозитов и индекса потребительских цен.

К середине 2010 г. средняя ставка по вкладам физических лиц у десяти крупнейших на этом рынке банков снизилась за год с сентября 2009 г. с 11 % до 7 %, следуя единым трендом за понижительной динамикой ставки рефинансирования Банка России (рис. 4).⁵

Резюмируя, во-первых, можно констатировать, что за банковским розничным бизнесом – будущее по ряду объективных причин. С одной стороны, это достаточно эффективный способ поддержания банковской ликвидности. С другой стороны – доходное для банка направление деятельности, поскольку население с течением времени и ростом реальных доходов формирует сбережения, которые можно конвертировать в мощные инвестиционные ресурсы для российской экономики. Розничное обслуживание клиентов, по ряду причин является миссией банковского бизнеса, позволяющей банкам и их объединениям выполнять важные социальные общественные функции.

Во-вторых, розничный бизнес банка – путь сложный, сопряженный, как правило, со значительными вложениями и развитием банковского маркетинга и менеджмента, роста финансирования персонала, разработки новейших IT – продуктов, обеспечивающих



Рис 4. Динамика средней депозитной ставки крупнейших банков.

эффективное управленческое и финансовое консультирование по данным направлениям. При соблюдении всех этих условий банки и их объединения приобретают конкурентные преимущества, выстраивают сетевые межбанковские отношения, и, соответственно, формируют устойчивую и работоспособную финансовую архитектуру всей банковской системы.

В-третьих, рынок розничных банковских услуг является стабильным в своих основных принципах функционирования (при условии эффективного менеджмента в банковском учреждении). Колебания потребительского банковского спроса конъюнктурны, следовательно, предсказуемы с достаточной точностью финансовых параметров.

В-четвертых, создание разветвленного и развитого рынка банковского ритейла приведет к росту вложенных доходов населения, а значит улучшенной мобилизации внутреннего инвестиционного ресурса с вытекающими из этого позитивными макроэкономическими последствиями.

Проблемы организации кредитования физических лиц, связанные с построением эффективной системы обслуживания клиентских потоков решаемы с использованием новых технологий банковского ритейла.

По нашему мнению, банковский ритейл, - это новый тип организации банковской деятельности, в котором кредитная организация выстраивает продуктовую и сбытовую стратегию сообразно потребительским предпочтениям всех типов клиентов. При этом ритейл связан не столько с набором банковских продуктов, сколько с технологией обслуживания клиентов. В табл. 1 представлены основные недостатки традиционного банковского обслуживания в сравнении с банковским ритейлом.

4 Там же.
 5 Там же

Таблица 1

Преимущества банковского ритейла в сравнении с традиционным банковским обслуживанием

Сравнительные признаки	Недостатки традиционного банковского обслуживания	Преимущества банковского ритейла
Отношение – «покупатель–продавец»	Господствует продавец Универсальный подход	Господствует покупатель Индивидуальный подход
Менталитет продавца	Психология исключительности, хозяина положения	Психология продавца крупного торгового супермаркета
Фактор мобильности	Поиск наиболее выгодных условий в разных кредитных организациях	Гибкое обслуживание по технологии «одного окна»
Методы продаж	Стационарные продажи	Дистанционные, перекрестные и прямые продажи
Информационное взаимодействие	Клиент сам ищет информацию о продукте и банке	Информационно-справочные системы, call-центры, CRM-технологии

Источник: составлено автором

Решением проблем, связанных с недостатками организационных систем коммерческих банков, является использование матричных организационных структур, которые выстраиваются по взаимосвязанным направлениям: региональная диверсификация, диверсификация клиентов, диверсификация продуктов.

Массовые продажи по схеме «финансовый супермаркет» предполагают обслуживание большого количества схожих по своим потребительским предпочтениям клиентов и проведения однотипных банковских операций. Розничные продажи, как правило, осуществляются стационарно и требуют создания широкой филиальной сети. В связи с этим основной риск розничного бизнеса

- ненаполнение необходимым объемом банковских операций тех мощностей, которые создаются под этот бизнес. Основная проблема розничных продаж – создание системы качественного управления расходами на всех стадиях жизненного цикла продукта. В связи с высокими первоначальными затратами на формирование инфраструктуры продаж особенно актуально для финансового супермаркета создание доступных и дешевых продуктов. Однако многие розничные банки чрезмерно увлекаются расширением продуктового ряда, что ведет к другой проблеме – созданные продукты не находят спроса.

В долгосрочной перспективе развитие финансовых супермаркетов, видимо, станет одним из наиболее важных направлений организационно-экономических инноваций в банковской сфере. Прогресс средств коммуникаций, финансовых технологий способствуют сокращению традиционных банковских услуг по схеме «один клиент – одна услуга». Фактически такие российские банки, как Уралсиб, Росбанк, ВТБ24, и ряд других уже функционируют как финансовые супермаркеты.

Таким образом, развитие розничных услуг отечественными банками является существенным фактором конкурентоспособности в условиях выхода из посткризисной рецессии. Ритейл является основой формирования сетевых межбанковских отношений, обеспечивающих устойчивость и работоспособность национальной банковской системы.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Омельченко В. В. Нарушение налогового законодательства : ответственность банков / В. В. Омельченко [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://www.nnk.ru/journal/archives/2003/7/>

2. Тальская, М. Бегом за вкладчиком / М. Тальская. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.expert.ru/printissues/expert/2010/34/begom_zavkladchikom

УДК 336.717.061

ББК 65.262.1

Коросташивец Мария Владимировна,

аспирант кафедры корпоративных финансов и банковской деятельности,
Волгоградский государственный университет.

E-mail: mariak06@mail.ru

Инновационные банковские технологии как фактор конкурентоспособности российских коммерческих банков**Innovative banking technology as the factor of competitiveness of Russian commercial banks**

В условиях последствий финансового кризиса усиливается конкуренция на банковском рынке, что требует от банков особой гибкости и маневренности деятельности. Российская банковская система еще молода, но, несмотря на это, она активно развивается и имеет хорошие перспективы. Для достижения максимального эффекта банкам на данном этапе развития необходимо ориентировать свою деятельность на удовлетворение потребностей клиентов. Одним из факторов повышения конкурентоспособности для банка является применение инновационных банковских технологий. В данной

статье предпринята попытка провести анализ влияния указанного фактора на конкурентоспособность российского банковского сектора.

Under conditions of the consequences of financial crisis the competition in the bank market is strengthened. It requires special flexibility and maneuverability of activity from banks. The Russian banking system is still young, but, in spite of this, it actively develops and has good prospects. So as to achieve maximum effect with banks at this stage of development it is necessary to orient its activity towards