

**Ярошенко Владимир Александрович**

аспирант экономического факультета,

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова,

ведущий специалист по маркетингу, ОАО АКБ «Гробизнесбанк»

vyaroshenko@gmail.com

# Удаленный доступ для финансовых услуг

комплексный анализ директ-банкинга

## Аннотация

Автором предпринята попытка комплексного анализа понятия «директ-банкинг». С этой целью автором анализируется экономический смысл данного способа сбыта банковских продуктов, проводится ретроспективный анализ становления директ-банков как самостоятельных кредитных учреждений на примере Германии, формулируется определение директ-банкинга. Также автором раскрываются характеристики и значения директ-банкинга в современных экономических, социокультурных, технологических и правовых условиях.

**Ключевые слова:** директ-банк, директ-маркетинг, банкинг, сбыт банковских продуктов

В то время как финансовый кризис продолжает изменять сферу финансовых услуг, многие банки видят главной задачей быстрое приспособление своих бизнес-моделей к новой экономической конъюнктуре. Этим банкам необходимо понимание того, какие существующие направления деятельности будут надежны в долгосрочном периоде и какие структуры, системы и процессы в пределах этих направлений должны быть изменены, чтобы остаться конкурентоспособными. Им также необходимо выделение тех направлений, от которых не следует ожидать восстановления в краткосрочной перспективе, и решение о способе перераспределения

ресурсов таким образом, чтобы вернуть некоторые из потерянных источников доходов.

## Преобразование палитры услуг

Для большинства банков способ продаж через отделения по-прежнему доминирует среди подходов к распространению продуктов и услуг, в то время как другие методы, такие как, например, прямые каналы сбыта, менее важны и зачастую плохо интегрированы. Но эта ситуация меняется быстрыми темпами в мире, и чуть более медленными – в России. Информационные технологии быстро преобразовывают палитру розничного распределения банковских услуг

из парадигмы доминирования чистой филиальной модели в многообразные сочетания различного типа дистрибутивных каналов. Кроме того, в сложившейся экономической ситуации банки вынуждены искать наиболее рентабельные способы распространения, делать их более целенаправленными и ориентированными на клиентов.

Директ-банкинг есть банковская инновация относительно места продажи или канала распределения банковских продуктов. Последние при таком методе ведения банковского дела распространяются не через сеть филиалов, а посредством телекоммуникационных технологий (факс, телефон, персональный компьютер, банкоматы) и почты. В Европе и США получили широкое распространение директ-банки в чистом виде, в отличие от традиционных филиальных коммерческих банков, которые добавляют к обычным каналам распределения дистанционное обслуживание, например, по телефону. Продукты и услуги, предоставляемые директ-банками, являются главным образом стандартизированными: начиная от сберегательных книжек и срочных депозитов и заканчивая платежами и кредитными картами.

### **Директ..**

Остановимся поподробнее на термине «директ» в словосочетании директ-банкинг. На наш взгляд, этот термин включает в себя четыре следующие характеристики:

1. Отсутствие временной задержки (время).
2. Отсутствие пространственного отдаления (место).
3. Отсутствие посредника (независимость).

4. Отсутствие изменений/дополнений («чистота»).

Исходя из вышеуказанных характеристик термина «директ» мы можем раскрыть содержание самого директ-банкинга как такового, иными словами, сформулировать основополагающие признаки директ-банкинга по отношению к традиционному банковскому бизнесу. Эти признаки лежат в основе концепции «директ-банкинга», раскрывая саму её суть.

1. *Более низкие затраты.* Основой директ-банкинга является готовность клиентов отказаться от избытка услуг в пользу более низких и корректных цен. Поэтому ценовое положение директ-банков действительно более благоприятное по отношению к клиенту. Если речь заходит о директ-банкинге, то клиент сразу предполагает, что, вероятно, не все услуги, но наибольшая их часть предлагаются дешевле, что и является отличительным признаком и конкурентным преимуществом директ-банкинга.

2. *Более высокая скорость обслуживания.* Более высокая скорость принятия и обработки заявок, проведения операций, а значит, и сокращение времени, которое тратит клиент на обращение в банк, является неотъемлемой частью и следующим конкурентным преимуществом директ-банкинга.

3. *Упрощенность.* Директ-банкинг предоставляет услуги и позволяет проводить традиционные банковские сделки без каких-либо усложнений и зачастую упрощает выбор необходимых банковских услуг и способов их получения для клиента.

Итак, директ-банкинг можно определить следующим образом: *под директ-банкингом понимается установление контактов клиентов с бан-*

ком посредством таких средств телекоммуникации, как телефон, телефакс, персональный компьютер (Интернет), или почты, которые снимают необходимость личного посещения банка клиентом. С точки зрения банка под директ-банкингом понимается форма сбыта, при которой понятная и четко структурированная продуктовая линейка распространяется с использованием методов директ-маркетинга. Поиск и обслуживание клиентов, установление контактов и выполнение поручений выполняется с помощью телекоммуникационных средств и почты. Частичным образом снижение издержек банком на сокращение пути сбыта передается клиенту в виде более низких банковских сборов и пошлин. В зависимости от стратегических целей директ-банкинг может использоваться в качестве основного канала сбыта или как дополнение к традиционным каналам.

### **Категории директ-банкинга**

Директ-банкинг существует в различных формах, но все их можно систематизировать в *четыре категории*. Он может осуществляться, во-первых, из дома клиента банка (базирующийся на дому директ-банкинг); во-вторых, с мобильного телефона или иного устройства (мобильный директ-банкинг). В-третьих, некоторые банки отправляют сотрудников к клиентам с принадлежащим банку специальным оборудованием (On-Site директ-банкинг). Наконец, директ-банкинг также может осуществляться клиентом в оборудованных для этого особых сервисных центрах.

Проанализируем возможность развития директ-банкинга в условиях современной банковской конъюнктуры.

Актуальность, значение и важность директ-банкинга следуют из ряда социальных, экономических, технологических и законодательных факторов, попытка систематизации которых проведена ниже.

**Экономические изменения.** До начала экономического кризиса, банкам, несмотря ни на что удавалось стабильно увеличивать свои обороты и выручку, что исключало потребность в изменении политики сбыта. В нынешних, куда менее благоприятных условиях банковские управляющие будут вынуждены обратить внимание на следующие аспекты:

- Снижение выручки.
- Вынужденное снижение банковских сборов и премий.
- Более высокие расходы на содержание банковских отделений.
- Появление избыточных производственных мощностей.
- Растущее бремя издержек.
- Значительное усиление конкуренции.

Остановимся поподробнее на некоторых экономических изменениях. Говоря об усилении конкуренции, стоит отметить небанковские финансовые учреждения (страховые и инвестиционные компании, брокеры и т.д.). Новые каналы сбыта ввиду полной ориентации на клиента потребуют освоения. В качестве реакции на изменения конъюнктуры большинство банков пошло по пути улучшения качества сервиса и эффективности современными методами менеджмента и улучшением собственного технического обеспечения. Одновременно они работают над повышением рентабельности собственного капитала и в целом более эффективным предоставлением услуг. При этом последовательный аутсорсинг, а также большие инвестиции

в рационализацию посредством освоения альтернативных каналов сбыта (директ-банкинг) и в современные информационные технологии являются наиболее часто проводимыми мероприятиями.

*Социокультурные изменения.* Потребитель уже сегодня обладает большим, обширным и высококачественным информационным обеспечением, что соответствующим образом повышает его компетенцию в банковских вопросах. Это не в последнюю очередь достижения средств массовой информации, чья независимая и нейтральная интерпретация финансовых тем приносила значительные дивиденды в течение прошедших лет – и есть основания полагать, что эта тенденция сохранится и в дальнейшем, принося также техническую грамотность в массы. Последняя потребует все более сложного технического обеспечения банковских структур. Из вышесказанного следует, что в ближайшем будущем следует ожидать изменения взаимоотношений между банком и клиентами ввиду пересмотра последними своих точек зрения на финансовые услуги и их продавцов. Этот пересмотр будет выражаться в следующем:

- Снижение лояльности клиентов. Лояльность клиентов по отношению к банкам снизится, готовность же к смене ими банка напротив, увеличится. Клиент уже сейчас обращает внимание на малейшие отрицательные моменты в обслуживании. Другой тенденцией является установление деловых связей с несколькими кредитными учреждениями. Современный потребитель выберет в будущем для некоторых банковских сделок такие банки, которые предлагают оптимальное для него решение конкретной проблемы в данный момент.

- Требование прозрачности и открытости банка.

- Потребность в индивидуализации обслуживания. Потребляя в основном стандартные услуги по обслуживанию текущих счетов, клиент время от времени нуждается в приобретении новых продуктов, их изучении или же просто консультации по какому-либо вопросу.

- Возрастание требовательности клиентов. В будущем клиент банка будет ожидать, что банк сам предложит ему какую-либо услугу, зная его индивидуальные потребности.

- Усиление требований доступности банковских услуг вне зависимости от времени и места

*Технологические изменения.* Долгое время единственными способами взаимодействия банка с клиентами являлись непосредственное общение в отделении, редкие телефонные разговоры либо почтовая рассылка. Технологическое развитие обусловило расширение многообразия прямого двустороннего общения, и возможности, которые еще вчера казались нереальными, сегодня уже распространены или находятся на пороге внедрения. Подобно экономическим и социокультурным факторам, рассмотрим влияние некоторых технологических факторов подробнее:

- Пространственная гибкость.

- Более высокая прозрачность. Как уже упоминалось, СМИ представляя собой серьезное подспорье распространению информации о банках и банковских продуктах, конъюнктуре банковского рынка. Стоит ожидать в дальнейшем появления новых, еще более эффективных способов приобретения необходимых сведений.

- Дальнейшая автоматизации предоставления банковских услуг.

- Новые способы связи с клиентом.
- Необходимость неотступного следования банков за техническим прогрессом.

*Правовые изменения.* В будущем следует ожидать повышения ответственности банка перед клиентами и усиления налогового пресса на банки, что потребует увеличения дополнительных расходов на решение тех или иных правовых вопросов. В то же время стоит надеяться, что спрос с банков со стороны государства не станет препятствием на пути эволюции банковского бизнеса. Так именно благодаря правовому обоснованию легитимности различного рода электронных подписей без непосредственного присутствия клиента при проведении сделок и стал возможен директ-банкинг как яркий пример новой эволюционной ступени.

За редким исключением, проведенный нами анализ показывает, что аспекты новой банковской конъюнктуры благоприятствуют развитию директ-банкинга. Требования клиентов «быстро, надежно, качественно, удобно» вполне реально удовлетворить методами директ-банкинга.

### **Значимость директ-банкинга**

Переходя к вопросу о значимости директ-банкинга, стоит заметить, что обсуждение данного способа сбыта в качестве самостоятельного или дополнительного к традиционным имеет достаточно широкий резонанс в научной и деловой сфере. Диалог о значимости директ-банкинга набирает обороты, что выражается в обсуждении темы на страницах специальной периодики или в рамках банковских конференций; по этой теме представляются инновационные программы, банковскими управля-

щими разрабатываются стратегии и четче вырисовываются будущие перспективы. Однако директ-банкинг не стоит понимать как революцию в банковском деле, это скорее шаг в направлении обретения абсолютной независимости клиентом от времени и пространства при взаимодействии со своим банком.

Для банковской практики значимость директ-банкинга обуславливается растущим требованием клиентов к постоянной беспрепятственной доступности банковских услуг для принятия решений и проведения финансовых операций по своему усмотрению. Для разных кредитных учреждений директ-банкинг играет свою роль:

- *Банки без сети отделений.* Для них (а среди них нередко присутствуют иностранные банки) директ-банкинг является подходящим способом входа на рынок без дорогостоящего оснащения сети отделений или заключения договора с конкурентами. Экономия времени и финансовых средств здесь очевидна. Ярким примером может служить вход испанского Banco Santander на перенасыщенный немецкий банковский рынок в виде дочернего директ-банка.

- *Банки с низкой плотностью сети.* Директ-банкинг и здесь способен сыграть на руку, например, небанковским учреждениям для проникновения на банковский рынок, получая самостоятельный и недорогой канал сбыта.

- *Банки с региональной привязкой.* Возвращаясь к примеру Германии, где т.н. сберегательные кассы имеют ярко выраженную территориальную привязку, легко увидеть, что в такой ситуации методы директ-маркетинга могут

прийти на помощь в обретении клиентов даже с «чужой» территории.

● *Банки с высокой плотностью сети отделений.* Перед такими банками директ-банкинг ставит, прежде всего, вызовы по защите от вновь вошедших на рынок конкурентов; традиционные барьеры входа при такой форме сбыта теряют свою былую значимость. Тем самым стратегическое преимущество близости банков к своим клиентам сводится к минимуму.

### **Вывод**

Многие эксперты сходятся во мнении, что значение директ-банкинга раскроется в полной мере в будущем, однако и в настоящем данная форма сбыта не может игнорироваться. Методы директ-банкинга получают все большее распространение, они применяются и при нахождении новых клиентов, и при сохранении старых.

### **Литература**

1. Большой экономический словарь / Под ред. А.Н. Азриляна. – М.: Институт новой экономики, 2002.
2. Никонова И., Шамгунов Р. Стратегия и стоимость коммерческого банка – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.
3. Broady-Preston J., Hayward T. An Assessment of the Relationship Between Marketing, Information and Strategy Formulation in the UK Retail Banking Sector // International Journal of Information Management, 1998 – Т.18, №4.
4. Direktbankgeschäft / H. Pischulti. – Frankfurt, 1997.
5. Mang, F. Die Wege aus der Kostenfalle. – Bank Magazin. – 2002. – №1.
6. Nellis J., McCafferey J., Hutchinson R. Strategic challenges for the European Banking in the new millennium. – 2000.

КЭ

### **Vladimir A. Yaroshenko**

*Postgraduate of Faculty of Economics,*

*Lomonosov Moscow State University,*

*Marketing Leading Specialist, AKB "Probiznesbank" public corporation*

### **Complex analysis of direct-banking**

Abstract

**T**he author makes an attempt to fully analyze the notion "direct-banking". The author analyses the economical sense of such way of sale of bank products, makes the retrospective analysis of formation of the direct-banks as independent credit organizations on the example of Germany, and formulates the definition of direct-banking. The author also reveals the characteristics and meanings of the direct-banking in modern economic, social and cultural, technological and law conditions.

**Keywords:** direct-banking, direct-marketing, banking, bank products sales