

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ БАНКОВСКОГО РЕТЕЙЛА

И.В. Рындина, канд. экон. наук, доцент

Н.Н. Марценюк, магистрант

Кубанский государственный университет
(Россия, г. Краснодар)

DOI: 10.24411/2500-1000-2019-11950

Аннотация. Совершенствование ретейловых услуг заставляет изыскивать новые инновационные формы текущего менеджмента коммерческих банков. Особенно это актуально ввиду нарастания конкуренции и изменчивости деловой среды и микроклимата банковского сектора. Поэтому были выделены и рассмотрены современные проблемы развития банковского ретейла и их элементы. В статье отмечается, что изменчивость внешней среды и переход к цифровой модели ведения бизнеса заставляет финансовый менеджмент банковской организации адаптироваться к постоянно меняющимся условиям: достижение удовлетворенности клиентов и внимание к их нуждам выходят на первый план.

Ключевые слова: банковский ретейл, цифровая экономика, цифровые технологии в банковской сфере, цифровизация, банковский сектор, банковский розничный бизнес.

Одна из ключевых задач экономического развития российского банковского сектора – это создание надежной и результативной банковской инфраструктуры, способной удовлетворять нужды самых взыскательных клиентов, в том числе розничных. Реализовать эту задачу можно путем развития и совершенствования одного из направлений деятельности коммерческих банков – банковского ретейла.

Банковский ретейл представляет собой оказание услуг стандартизированного характера массовому потребителю. Ретейл – это сложная сфера банковского бизнеса, где установление прямого контакта банк-клиент невозможно в принципе. Именно поэтому технология оказания ретейловых услуг и ее совершенствование выходят на первый план.

Современный этап развития российской банковской системы связан с переходом на новый уровень, характеризующийся повышением конкуренции между её субъектами в сфере ретейлового бизнеса. Банкам становится недостаточно привлечь клиентов, гораздо важнее их удержать, а для этого нужно работать над всеми направлениями деятельности, изыскивать скрытые резервы и расширять имеющуюся клиентскую базу.

Главным показателем оценки качества ретейлового бизнеса коммерческого банка служит набор предоставляемых им банковских продуктов и услуг для розничных клиентов. В настоящее время рынок банковских продуктов и услуг переполнен различными предложениями и постепенно отходит от традиционного набора банковских продуктов и услуг. Вызван этот процесс нарастанием значимости цифровых технологий в финансовом секторе и переходе к цифровой экономике.

Проблемы и особенности развития банковского ретейла в условиях нарастания конкуренции в банковском секторе рассматривались в трудах многих авторов [1, 2, 3]. Все они отмечали рост цифровизации банковского ретейла и его персонализацию.

Например, Зверькова Т.Н. отмечала, что финансовые технологии привели к отеснению традиционных банков FinTech компаниями с поля битвы за клиента в области цифровых технологий предоставления услуг [4]. Действительно, например, PayPal, Apple Pay, Google Pay и другие сервисы уже успешно исполняют функцию платежного агента на рынке безналичных платежей.

Среди проблем сопутствующих современного состоянию ретейла в цифровой

экономике Цыбовский В.Л. и Горелова Т.П. обозначили круг вопросов, включающий «...общую неразвитость цифровой экономики, отсутствие государственных программ цифровизации бизнеса, недостаток квалифицированных кадров, так как для реализации и внедрения решений цифровизации зачастую привлекаются иностранные подрядчики. И, конечно, самой главной проблемой является недостаток времени, поскольку конкурентоспособность ретейла зависит от быстрой и эффективной инновационной трансформации в условиях цифровой революции в торговле [5, с. 11].

Так, например, Зиниша О.С. и др. считают, что банковский сектор кардинально изменится в ближайшие два десятилетия: в его деятельности активно будет использоваться технология искусственного интеллекта, что сэкономит информационное пространство и время на обслуживание клиентов и оказание ретейловых услуг [6].

Необходимо также отметить, что развитие ретейловой деятельности банков многие авторы связывают с цифровизацией банковского сектора и нарастанием персонализации цифровых банковских финансовых услуг, таких как, смс-оповещения, киоски самообслуживания, чат-боты, технология Блокчейн для распределенного подтверждения транзакций и другие [7].

Следует отметить, что появление большого числа коммерческих банков привело к высокой конкуренции между ними в сфере осуществления ретейловых операций. Для успешного функционирования каждому банку уже недостаточно просто сохранять своих клиентов, гораздо важнее для них наращивать клиентскую базу. Именно в этой ситуации прогнозирование спроса на банковские продукты и услуги становится их основной задачей.

Среди причин, препятствующих расширению ретейлового бизнеса банков, можно выделить следующие:

– несоблюдение сроков представления ежемесячной отчетности на 15 дней и более;

– представление отчетности, имеющей заведомо ложные данные;

– ненадлежащее исполнение федеральных законов, которые регулируют банковскую деятельность;

– не соблюдение уровня достаточности капитала;

– недостаточная доступность банковских продуктов и услуг для розничных клиентов;

– отсутствие роста реальных располагаемых доходов населения;

– низкий уровень доверия со стороны населения к банковским институтам;

– высокая стоимость традиционных активных банковских услуг и операций;

– ограниченный спрос на ряд банковских услуг, таких как ипотечное кредитование или операции с ценными бумагами;

– незначительная величина выдаваемых кредитов или привлекаемых депозитов ввиду ограниченности ресурсов клиентов (например, с 01.01.2020 года по ссудам сроком менее 1 года будет наложено ограничение на начисление процентов по просроченной задолженности, не более 50% от тела кредита; также вводится показатель долговой нагрузки для заемщиков – физических лиц, если он превысит 50%, то необходимо будет кредитным организациям формировать дополнительный запас капитала).

В целом, российский банковский ретейл направлен на улучшение обслуживания клиентов, создание новых банковских продуктов и услуг, которые найдут интерес в обществе. Развитие российского рынка розничных банковских продуктов и услуг, в первую очередь должно основываться на зарубежном опыте, где банки работают более эффективно.

Библиографический список

1. Еремина Е.Д., Ралык Д.В. Теоретические и практические аспекты оценки конкурентоспособности организации банковского ретейла // Экономика: теория и практика. – 2018. – № 2 (50). – С. 72-81.
2. Маценова Е.Б. Банковский ретейл: маркетинговые каналы предоставления финансовых услуг // Маркетинг и финансы. – 2013. – № 1. – С. 58-68.

3. Чистти С., Барберис Я. Финтех: Путеводитель по новейшим финансовым технологиям. – М.: Альпина Паблишер. – 2017. – 676 с.
4. Зверькова Т.Н. Региональные банки и fintech: противостояние или партнерство // Финансы и кредит. – 2018. – № 12 (780). – С. 2771-2782.
5. Цыбовский В.Л., Горелова Т.П. Проблемы формирования и функционирования ретейл-бизнеса в условиях цифровой экономики // Вестник Академии. – 2018. – № 1. – С. 10-17.
6. Зиниша О.С., Козырев Р.Р., Тлецершие А.Х. Банк будущего: как будет выглядеть банковская деятельность в будущем // Вектор экономики. – 2019. – №1 (31). – С. 61.
7. Зиниша О.С., Лозовская О.В. Внедрение современных информационных технологий в банковской сфере // Вектор экономики. – 2019. – № 1 (31). – С. 63.

CURRENT PROBLEMS OF BANK RETAIL

I.V. Ryndina, *Candidate of Economic Sciences, Associate Professor*

N.N. Martsenyuk, *Graduate Student*

Kuban State University

(Russia, Krasnodar)

Abstract. *The improvement of retail services makes it necessary to find new innovative forms of commercial banks current management. This is especially true in view of the growing competition and variability of the business environment and the microclimate at the banking sector. Therefore, modern problems of bank retail development and their elements were identified and considered. The article notes that the variability of the external environment and the transition to a digital business model forces the bank management to adapt to the constantly changing conditions: the achievement of customer satisfaction and attention to their needs comes to the fore.*

Keywords: *banking retail, digital economy, digital banking technology, digitalization, banking sector, banking retail business.*