

УДК: 339.13

***АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ БАНКОВСКОЙ СФЕРЫ ДЛЯ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ***

Новикова К.В.

*профессор, доктор экономических наук, директор сети магазинов «Семья»,
Пермь, Россия*

Тарасевич Ю.А.

*студент, кафедра маркетинга, экономический факультет,
Пермский государственный национальный исследовательский университет,
Пермь Россия*

Аннотация: Банковская сфера вносит весомый вклад в развитие экономики страны. Цель статьи - проанализировать основные тенденции развития банковской сферы для предпринимателей. По результатам анализа выявлены и рассмотрены тенденции развития банковского сектора в современных условиях. Одной из основных тенденций является создание узкопрофильных банков на базе действующих банков или новых кредитных организаций, которые ориентируются на работу с предпринимателями. Также, определено, что современные потребители банков для бизнеса хотят получать не только привычное обслуживание с рядом типичных услуг, они хотят обслуживаться в банке, где создана целая «экосистема», позволяющая удовлетворить все их потребности.

Ключевые слова: банк, банковская конкуренция, банковская инновация, банки для предпринимателей, интернет-банки, мобильные банки

***ANALYSIS OF THE DEVELOPMENT OF THE BANKING SECTOR FOR
ENTREPRENEURS***

Novikova K. V.

Professor, Doctor of Economics,

“Family”

Perm, Russia

Tarasevich Yu.A.

Student, Department of Marketing, Faculty of Economics,

Perm State National Research University,

Perm, Russia

Annotation: The banking sector makes a significant contribution to the development of the country's economy. The purpose of the article is to analyze the main trends in the development of the banking sector for entrepreneurs. Based on the results of the analysis, trends in the development of the banking sector in modern conditions are identified and considered. One of the main trends is the creation of narrow-profile banks on the basis of existing banks or new credit institutions that are oriented towards working with entrepreneurs. Also, it was determined that modern consumers of banks for business want to receive not only the usual service with a number of typical services, they want to be served in a bank, where a whole “ecosystem” has been created to satisfy all their needs.

Keywords: bank, banking competition, banking innovation, banks for entrepreneurs, online banking, mobile banks

Банковская система является одной из наиболее важных составляющих национальной экономики [2]. Высокий уровень конкуренции предполагает постоянное развитие и внедрение инновационных технологий среди участников данной сферы. По данным Центрального Банка России по состоянию на 01.11.2019 года в Российской Федерации зарегистрировано 843 кредитных организаций из них 484 являются действующими [12]. Конкурентная борьба зависит в первую очередь от качества и эффективности деятельности коммерческих банков. Борьба за клиентов, качество, инновации и расширение перечня банковский продуктов отражает активную политику за продвижение и закрепление на конкурентном рынке. В последнее время актуальным Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

становится сегментирование рынка банковский услуг по конкретным категориям граждан или видам услуг. Такая специализация позволяет банкам реализовать принципы целевого менеджмента, сформировать предложение согласно потребностям своей целевой аудитории.

Сегментирование рынка банковских услуг основано на информации о спросе потребителей и предложениях конкурентов. Для выявления своих преимуществ банки проводят целые маркетинговые исследования, что позволяет им определить дальнейшую ориентацию и оценить свои возможности [15]. Далее выстраивается система работы: определяется новый сегмент, разрабатывается стратегия освоения определенного сегмента, создается портрет потребителя и наконец формируется предложение в виде уникальных банковских продуктов.

Банковская конкуренция многогранна, необходимо понимать, что она более сложная, чем в других сферах экономики. Областью такой конкуренции является сфера банковских услуг и их виды, эксклюзивные, инновационные продукты и поле, где конкурируют субъекты. По мнению Сыроевой Е.Ф., «Банковская конкуренция – это динамический процесс соперничества банков, в ходе которой они стремятся заполучить прочное положение на рынке банковских услуг» [14]. Таким образом, субъектами конкурентной борьбы выступают непосредственно коммерческие банки. Ишутина И.А. в своей работе «Банковская конкуренция и конкурентоспособность» отмечает, что к субъектам такой конкуренции стоит относить всех участников банковского рынка. Можно выделить следующих участников банковской конкуренции [4]:

- 1) универсальные коммерческие банки;
- 2) специализированные банки (инвестиционные, сберегательные, ипотечные);
- 3) банки для юридических лиц;
- 4) банки для физических лиц;

5) нефинансовые организации (инвестиционные компании, фонды, брокерские фирмы);

б) клиенты (физические/юридические лица).

Под банковской конкуренцией Марковина В.Н. предлагает понимать действенный механизм регулирования или же соперничество за спрос на рынке банковских продуктов [8]. Для того чтобы удерживать высокие позиции необходимо быть конкурентноспособными, в частности стоит определить, что конкурентоспособность здесь отражается не только в уникальности конкретных банковских продуктах, а рассматривается как комплексный показатель. Мало создать уникальный продукт или услугу, важно правильно их реализовывать. Инструменты, применяемые в такой конкурентной борьбе, можно разделить на две группы – нефинансовые и финансовые. К первой группе будет относиться всё, что связано с комфортом, высоким сервисом и имиджем (качество и скорость обслуживания, имидж банка, режим работы, геолокация, клиентский сервис, реклама и др.), ко второй группе относят ставки по кредитам, абонентская платы, скидки, кэшбеки, тарифы, выплаты и т.п [7].

Сейчас потребители банковских услуг хотят обслуживаться в таком банке, где бы им предоставили полный набор необходимых услуг в кратчайшие сроки, высокого качества и с достойным обслуживанием [5]. В связи с чем банки в борьбе за клиентов стараются создавать «банковский супермаркет» предлагая услуги превосходящие качественно-ценовые параметры своих конкурентов.

За последнее пять лет банковский сектор сильно изменился, отдельные его субъекты в конкурентной борьбе стали осваивать работу с крупным сектором экономики - предпринимателями. Они вносят большой вклад в экономику страны, при этом являются более или менее самостоятельной отраслью рыночной экономики. По данным федеральной налоговой службы по состоянию на 10.12.2019 года в российской федерации официально зарегистрированы 5 924 681 субъект малого и среднего предпринимательства. Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

За последние четыре года ситуация особо не поменялась и их суммарное число варьируется в пределах 6 млн. (Рисунок 1) [11].

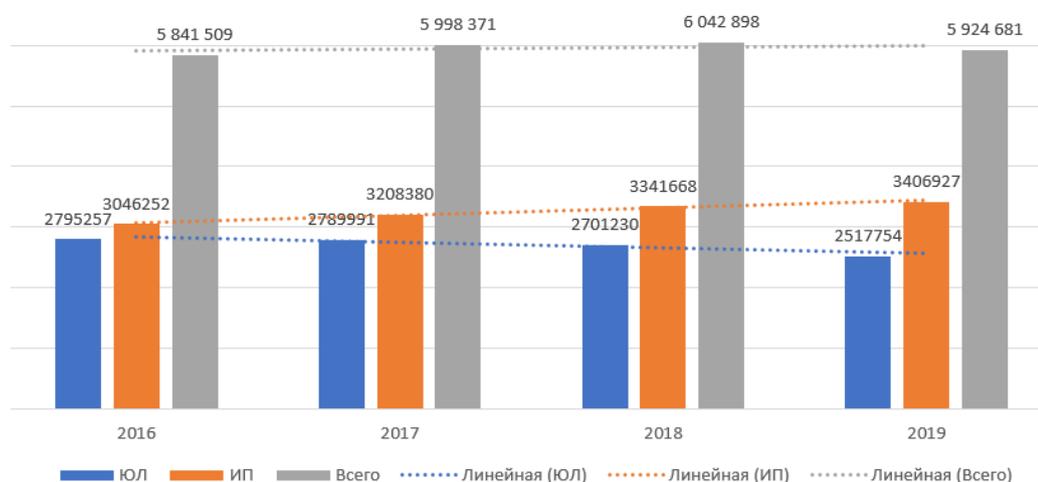


Рис. 1. – Количество субъектов МСП в России (2016-2019 г.)

Показатели прибыльности банковской системы снижаются, так, по данным за 2018 год, она снизилась на 15% по отношению к предыдущему периоду. Стоит отметить, что большая часть приходится на государственные банки, совокупная прибыль ТОП-5 российских банков превышает доходность кредитных организаций, находящихся в рейтинге на 21-50 местах почти в 6 раз. Огосударствление банковской системы приводит к тому, что доля средних и тем более мелких банков резко снижается, из-за сложностей наращивания капитала. В таких условиях разработка инновационных стратегий для развития банковского дела как вида бизнеса приобретает всё большую потребность.

Тенденция последних лет определила популярный вектор развития банковского сектора исходя из потребностей определенной категории потребителей. Предприниматели открывают банковские счета для ведения своего бизнеса, при этом возникает проблема качества предоставляемых услуг. Крупные банки не отдавали свои предпочтения субъектам малого и среднего бизнеса, отдавая приоритет более крупным клиентам. В основном крупные банки работают по принципу создания отдельных департаментов по работе с крупным средним и малым бизнесом, тем самым классифицируют клиентов и соответственно предлагают обслуживание по уровню значимости для банка.

На сегодняшний день на базе крупных банков создаются отдельные профильные организации – банки для предпринимателей. Потребность в качественном и быстром сервисе определила развитие инновационных технологий. В результате сегментирования рынка банковских услуг и созданию профильных банков по работе с юридическими лицами конкуренция возросла.

Выбирая банк для открытия счета, предприниматели ориентируются на ряд параметров, среди которых в первую очередь стараются выбрать надежный банк. Для многих госучастие в капитале банка является гарантией надежности, то есть гарантией сохранности средств. При этом, на практике, такие банки предлагают невыгодные условия для обслуживания, низкий сервис и ограниченность продуктов. В свою очередь коммерческие банки готовы идти на уступки предпринимателям и предлагать более выгодные тарифы своим клиентам. Также потребители обращают внимание на размеры активов банка, то есть чем выше активы, тем меньше вероятность что с банком может что-то произойти. Данный критерий не даёт полной уверенности, что банк надежный, существуют примеры, когда отзывали лицензию у банков в позиции ТОП-30 на основании невозможности исполнять взятые на себя финансовые обязательства.

Срок существования банка также является важным критерием выбора. Чем старше банк, тем больше финансовых кризисов он преодолел, но при этом большой срок работы на рынке не может дать гарантии того, что банк сможет преодолеть и следующие финансовые потрясения. Молодые банки более гибкие, они развиваются в условиях жесткой конкуренции и борются за свои позиции, следуя стратегии развития и руководствуясь современными антикризисными планами на случай возникновения таких ситуаций, учитывая опыт своих конкурентов.

Помимо надежности, выбор основывается на критериях, которые помогают определиться с банком исходя из перечня предлагаемых клиентам условий. Тарифы банка выбираются с учётом стоимости ежемесячного обслуживания счета, количества операций, комиссии за переводы и снятие

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

наличных. Важным является скорость проведения транзакций, как быстро списываются и зачисляются деньги и продолжительность операционного дня. Для целевой аудитории таких банков очень важен сервис предоставляемых услуг, поэтому сервис банк-клиент должен отвечать современным требованиям, сопровождаться удобным и понятным интерфейсом. Многие банки создают для таких целей собственные мобильные приложения, оптимизированные для работы со смартфона.

Таким образом, инновации являются ключевыми факторами конкурентоспособности, устойчивости и стабильности современных коммерческих банков. Существующие технические возможности банковской сферы требуют постоянной модернизации в условиях научно-технического прогресса. Политика постоянных нововведений – залог успеха современных банков. Предложение новых уникальных продуктов, забота о клиентах, наращивание их финансовых средств позволяют минимизировать издержки и повысить доходность [13]. В своей работе Балобанов И.Т. не отделяет понятие «банковская инновация», указывая на то, что это лишь составная часть финансовых инноваций и является конечным результатом инновационной деятельности банка [2]. По мнению другого исследователя, банковская инновация – совокупность новых банковских продуктов, это результат деятельности банка в сфере новых технологий, направленных на получение дополнительных доходов, при помощи внедрения нововведений, способствующих получению прибыли своих клиентов [9, с.12].

В работе Боровковой В.А. под банковской инновацией понимается новый банковский продукт или услуга, действительная в рамках ограниченного времени [3]. Исходя из определения, по истечении определенного времени «новый продукт» становится массовым, пройдя все этапы своего жизненного цикла. Внедрение таких же продуктов или услуг в других банках не будут считать инновацией, это перенятый опыт конкурента, несмотря на адаптацию под процессы работы конкретного банка.

Таким образом, банковская инновация – это совершенно новый, эксклюзивный продукт ограниченный во времени, позволяющий привлечь клиентов обеспечить им прибыльность и получить дополнительный доход. По существу их можно разделить на несколько категорий [9]:

- 1) новый, эксклюзивный банковский продукт;
- 2) зарубежный банковский продукт, адаптированный под российские реалии;
- 3) новые финансовые операции.

К нововведениям стоит отнести создание новых организационных форм. Рассматривая современные профильные банки для предпринимателей, стоит отметить, что работая с такой активной категорией клиентов внимание к инновациям обостряется. Бизнесмены находятся сами в вечном поиске путей совершенствования своей работы, поиске клиентов и инструментов повышения своей эффективности и качества, поэтому их требования к обслуживанию в банке увеличиваются. С развитием технологий появляются интернет-банки, обслуживание клиентов осуществляется удаленно (home banking), что позволяет ускорить все процессы работы. Такая тенденция подкрепляется спросом на быстрый сервис без лишних временных затрат на поездки в отделения банка.

Такие технологии позволяют полностью перенастроить процессы работы, снизить риски, связанные с работой на бумажных носителях и человеческим фактором. Успех роста и развития современных банков для предпринимателей заключается в минимизации или полном отсутствии бюрократии, что обеспечивает скорость принятия решений. Для того, чтобы создать и внедрить работу такой системы необходимо обеспечить всем привычным процессам автоматизированный вид и предоставить качество сервиса [6]. Дистанционное банковское обслуживание осуществляется с помощью следующие направлений:

- интернет-банк (взаимодействие банка с клиентами посредством сети Интернет, через браузер);

- банк-клиент (модемное соединение компьютера клиента с расчетным центром банка);
- мобильный банк (взаимодействие банка с клиентом посредством оптимизированного мобильного приложения) [1].

Большее внимание уделяется М-банкингу, важно, что необходимо создать такой сервис, который обеспечивал бы все процессы работы. Создавать и осуществлять платежи, обмениваться реквизитами, следить за движением средств, просматривать отчёты и другие возможности. Независимое агентство Markwebb ежегодно публикует результаты исследования Business Mobile Banking Rank, в 2019 году были отобраны 17 мобильных приложений для Android и iPhone [10]. При анализе учитываются возможности решения пользовательских потребностей с помощью мобильных телефонов (Таблица 1) [10].

Таблица 1 – Основные инновации мобильных приложений банков для бизнеса за 2019 год

| Тип инноваций | Характеристика |
|------------------------------------|--|
| Контроль счетов в одном приложении | Проблема многих предпринимателей, имеющих счета в разных банках – разные мобильные приложения. Единственный интернет-банк в России, предоставляющий услугу «мультибанк» - Модульбанк. Услуга позволяет контролировать все счёта в одном месте, получать выписку, контролировать остаток, обмениваться реквизитами. |
| Mobile only | Управление финансами онлайн. Расчёт налогов и взносов, формирование документов для налоговой, работа с документами. Точка Банк, Модульбанк, ДелоБанк и Тинькофф Банк. |
| Возможности руководителей | Для руководителя, доверяющего свои финансы бухгалтеру, важно осуществлять контроль. В банках действует услуга права дополнительной подписи для сотрудника, с ограниченным доступом к средствам на счету. Также, руководитель проверяет и подписывает платежи контрагентам и сотрудникам, подтверждает валютные платежи и прочее. |
| Упрощенный интерфейс и возможности | Удобство сервиса мобильных банков для физических лиц адаптируется для работы предпринимателей. На протяжении года банки для бизнеса заимствовали фиши по работе своих мобильных приложений: быстрые платежи по номеру, сканирование карты для формирования реквизитов, платежи с помощью биометрических данных клиента. |
| Мобильное приложение – канал | Предприниматели в своем личном кабинете управляют услугами. Возможность открыть валютный счет, положить |

| | |
|----------------------|--|
| продаж | деньги со счёта на депозит, заказать кассу, эквайринг, выпустить корпоративную карту, подключить/отключить дополнительные услуги, поменять тариф и другое. |
| Быстрое решение | Чат с сотрудниками или чат-бот банка 24/7, решение проблем клиентов, консультация, помощь. |
| Голосовое управление | Едиственная интеграция с Siri представлена в работе мобильного приложения Модульбанка. Голосовое управление позволяет решать частые проблемы клиентов оперативно избегая большого количества действий. |

Требования к современным мобильным банкам для бизнеса выходят за привычные рамки банковского сервиса. В конкурентной борьбе за позиции топовых банков важно работать с инновациями. Подводя итог, стоит отметить, что конкуренция растет стремительными темпами, некогда не интересовавший крупные банки сектор экономики, с каждым годом становится популярней. Борьба за клиентов повышает требования к качественному и многопрофильному сервису. Предпринимателям становится важно выбирать банк для своего бизнеса не только как инструмент в его работе, но и как экосистему сервисов. Границы расширяются и сегодня платежные и информационные функции в интерфейсах работы банка становятся привычными, необходим широкий спектр возможностей для решения бизнес-задач. Потребителям важно чувствовать комфорт, поэтому стремление банков создавать целые финансово-технические холдинги обоснованно. Важно дать клиентам всё что им необходимо, выходящее за рамки банковского обслуживания, то, что поможет клиентам обеспечить работу своего бизнеса. Онлайн бухгалтерия, юридические услуги, кредиты, депозиты, валютные счета, валютный контроль, зарплатный проект, касса, торговый мобильный интернет эквайринг и многое другое, позволяющее вести бизнес полноценно. Современные банки, помимо продуктов и услуг, предлагают доступ к обучающим ресурсам, проводят бесплатные бизнес-тренинги и семинары, выпускают интернет-журналы, создают интересный контент в социальных сетях, что позволяет им привлечь еще большее внимание клиентов.

Библиографический список:

1. Антинескул Е.А., Лопатина А.А. Digital маркетинг - практика в России и зарубежом // Современные тренды развития стран и регионов - 2017. Материалы Международной научно-практической конференции. – 2018. – С. 286-288.
2. Балабанов И.Т. Банки и банковское дело: Учебное пособие. – СПб.: Питер, 2003. 259 с.
3. Боровкова В.А. Банки и банковское дело: Учебное пособие для бакалавров. – М: Юрайт, 2014. – С. 536-549.
4. Ишутина И.А. Банковская конкуренция и конкурентоспособность: теоретические аспекты // Международный научно-исследовательский журнал. – 2013. - № 6 (13). - Часть 2. – С. 39-40.
5. Киченко Л.П., Лапина Ю.О. Выстраивание долгосрочных отношений малого бизнеса и коммерческого банка (на примере АО "Альфа-банк") // Актуальные вопросы современной экономики. – 2018. - №1. – С. 50-57.
6. Киченко Л.П., Лапина Ю.О. Создание нового банковского продукта для решение проблемы привлечения финансовых ресурсов в коммерческий банк (на примере АО "Альфа-Банк") // Актуальные вопросы современной экономики. – 2018. - № 6. – С. 10-17.
7. Лутошкина Н.К. Банковская конкуренция и конкурентоспособность: сущность, понятие, специфика // Финансы и кредит. – 2011. - №46 (478).
8. Марковина В.Н. Конкуренция в банковской сфере Российской Федерации // Наука и образование сегодня. – 2016. №10 (11);
9. Муравьева А.В. Банковские инновации: мировой опыт и российская практика // дисс., канд.экон.наук / А.В. Муравьева. – Москва, 2005. – 12 с.;
10. Официальный сайт консалтингового агентства Markswebb. Результаты Business Mobile Banking Rank. – 2019. [Электронный ресурс]. –

Режим доступа – URL: <https://markswebb.ru/report/business-mobile-banking-rank-2019/> (дата обращения 15.12.19).

11. Официальный сайт ФНС РФ. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства. [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL:<https://rmsp.nalog.ru/index.html> (дата обращения 15.12.19).

12. Официальный сайт ЦБ РФ. Обзор банковского сектора РФ №206 2019 г. (интернет версия). [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL:https://www.cbr.ru/Collection/Collection/File/25270/obs_206.pdf (дата обращения 15.12.19).

13. Просалова В.С., Никитина А.А. Понятие банковских инноваций и их классификация // Территория новых возможностей. – 2013. - №1 (19).

14. Сысоева Е.Ф., Кретьева Н.А. Банковская конкуренция и необходимость ее развития в российской Федерации // Финансы и кредит. – 2013. - №25 (553).

15. Царёв А.В. Принципы и модели сегментации потребителей на рынке банковских продуктов и услуг // Статистика и экономика. – 2015. - №1.

Оригинальность 76%