

# До встречи в сети

Количество банковских офисов в Прикамье сократилось на 15%, но эксперты заявляют о росте интернет-продаж

Полина Путькова

Банковский бизнес в Прикамье постепенно перетекает в онлайн: на это указывают данные регулятора. С одной стороны, за последние полтора года количество банковских отделений в Пермском крае сократилось на 15%, с другой — количество счетов физлиц, обеспеченных дистанционным доступом, только за прошлый год увеличилось на 65%.

## В два раза

Если в прошлом году значительное влияние на сокращение количества банковских отделений оказали кризис и массовый отзыв лицензий, то в текущем году этот фактор уже не так значителен. Тем не менее процесс продолжается, и за три квартала 2016 года офисов в регионе стало на 3% меньше. В абсолютном выражении их число сократилось на 22, а всего за последние полтора года — на 138. Эти цифры были бы ещё внушительнее, не открой в этом году свои офисы «Почта Банк» — сейчас в Пермском крае их более 50.

Тенденция перетока банковских операций в онлайн является общероссийской и в дальнейшем сохранится и даже усилится. Такое мнение высказывают эксперты, его же придерживается Банк России. В начале ноября один из представителей регулятора высказал мнение, что в течение ближайших 10 лет количество банковских офисов сократится вдвое.

Соответственно, сотрудники банков в долгосрочной перспективе находятся под угрозой увольнения. В первую очередь это коснётся фронт-персонала, то есть людей, непосредственно работающих с клиентами, во вторую — операторов колл-центров. Вслед за этим определённые сокращения произойдут и в обслуживающих подразделениях. Существуют оценки, по которым это затронет 30–40% всех занятых в банковском секторе.

Стоит добавить, что параллельно банки сокращают и размеры банкоматной сети, а также сети платёжных терминалов. По данным Банка России, за прошлый год их общее количество в Прикамье сократилось на 8%. Эта тенденция также способствует развитию банковских услуг онлайн. Напомним, на 2017 год Сбербанк собирается сократить свою банкоматную сеть на 10%. Комментируя это решение, Герман Греф прямо заявил, что Сбербанк проводит сознательную политику, направленную на сокращение доли наличного оборота.

## Онлайн-замена

Одновременно с сокращением филиальной сети происходит увеличение количества операций, совершаемых онлайн. Наиболее востребованы у клиентов банков переводы между своими счетами и на карты других банков, оплата услуг мобильной связи, интернета, услуг ЖКХ и телевидения. Этот сегмент действительно показывает активный рост. По данным пермского подразделения

Банка России, количество дистанционных операций по счетам физических лиц за прошлый год увеличилось на 16%, а их общая сумма — на 22%. На начало 2016 года дистанционным доступом были обеспечены 44% счетов физлиц, тогда как годом ранее — только 27%.

Однако кроме платежей развиваются и другие направления. Например, онлайн-кредитование, стартовавшее в начале 2010-х годов. Один из лидеров этого направления, банк «Хоум Кредит», заявляет, что сегодня 10% его клиентов оформляют кредиты полностью онлайн, то есть без посещения офисов и встреч с курьерами.

Ещё большее распространение получили оформление заявок на кредиты на сайтах банков, в интернет-банке или мобильном приложении. В последнее время появилась возможность дистанционного оформления заявок на POS-кредиты на сайтах магазинов-партнёров («М-Видео», «Эльдорадо», «Техносила» и др.).

Антон Дмитриев, начальник управления развития интернет-технологий Уральского банка реконструкции и развития, говорит о том, что сейчас 42% продаж кредитов осуществляется через онлайн-канал.

«В 2016 году мы отметили рост количества заявок на ипотечные кредиты, поданных жителями Перми через интернет-банк. Если год назад они составляли 15% от общего числа, то сейчас — уже 30%», — продолжает Владислав Мезин, управляющий операционным офисом Абсолют Банка в Перми.

Популярность тех или иных удалённых операций может варьироваться в зависимости от специфики кредитной организации. По словам Владислава Мезина (Абсолют Банк специализируется на ипотечном кредитовании), наиболее популярная онлайн-операция в региональном подразделении — погашение ипотечных кредитов через интернет-банк. «В 2016 году именно так погашают свои кредиты около 50% клиентов. В прошлом году их число было значительно меньшим — примерно 35%. На втором месте по популярности — онлайн-переводы с карты на карту, оплата сотовой связи, коммунальных услуг, налогов и штрафов. На третьем — онлайн-пополнение вкладов», — делится эксперт.

Действительно, в последние годы доля вкладов, оформляемых онлайн, растёт, однако она серьёзно разнится от банка к банку. Например, в УБРИР она составляет 9%, а у топ-20 российских банков превышает 30% (данные УБРИР и Analytic Research Group).



ФОТО КОНСТАНТИН ДОЛГАНОВСКИЙ

В качестве ключевых каналов онлайн-продаж банки называют свои сайты, e-mail-рассылки и лидогенерацию. Последняя наиболее эффективна для продажи кредитных продуктов, в меньшей степени — вкладов и ипотеки, таковы данные компании SalesLeads.Ru, одного из лидеров привлечения клиентов для кредитных организаций через интернет.

## Ряд причин

Надо отметить, что стремление банков к увеличению количества онлайн-операций сформировалось ещё до начала кризиса. В ряде крупных розничных кредитных организаций наряду с планами по продаже продуктов устанавливались нормативы подключения клиентов к интернет-банку и мобильному банку. Тогда это было продиктовано не столько стремлением к сокращению затрат, сколько борьбой за скорость обслуживания в офисах и, значит, за отсутствие очередей и снижение нагрузки на фронт-персонал.

Кризис подтолкнул этот процесс к дальнейшему развитию, поскольку вывел на первый план финансовый мотив. «Удалённые сервисы позволяют банкам оптимизировать свои бизнес-процессы, а также расходы. Работать через интернет кредитным организациям выгоднее и дешевле, а значит, эффективность деятельности становится выше», — говорит Алексей Грибков, исполнительный директор, начальник управления по развитию дистанционного бизнеса «Ренессанс Кредит».

Дополнительным стимулом к развитию онлайн-сервисов является внеотраслевая конкуренция. «Банки конкурируют ещё и с крупными IT-компаниями, предлагающими собственные платёжные системы, что оказывает дополнительное давление на кредитные организации и заставляет технологически соответствовать», — отмечает Антон Дмитриев.

Среди факторов, способствующих развитию тенденции, Анна Абрамова, интернет-маркетолог управления интернет-коммерции ОТП Банка, называет также развитие технологий доступа в интернет, улучшение функциональности мобильных устройств и рост популярности многих интернет-ресурсов.

## Идти за клиентом

Несмотря на явную тенденцию к переходу банковского бизнеса в режим онлайн, процесс будет идти эволюционно. «Достаточно большое количество клиентов по-прежнему ориентировано на стационарные офисы. Им важно, чтобы банковский офис находился недалеко от них, чтобы можно было прийти в точку обслуживания и задать вопросы специалистам, поговорить, уточнить, а иногда просто выговориться», — говорит Антон Дмитриев. Эксперт напоминает, что каким бы сильным ни было стремление самих банков ускорить переход из классических каналов взаимодействия с клиентами в дистанционные, он зависит от изменений потребностей самих клиентов.

Среди факторов, тормозящих развитие сектора дистанционных банковских услуг, Анна Дубровская, обозреватель Banki.ru, называет недостаточный уровень проникновения POS-терминалов, принимающих карты, низкий уровень финансовой грамотности, не позволяющий людям оценить все удобства и все выгоды банковских карт (cash-back, остаток по счёту и другие бонусы), а также недоверие к картам как средству платежа и опасение по поводу возможных мошеннических действий.

Тенденция сильнее скажется на крупных городах, считает Анна Дубровская: «Какой смысл банку сокращать свою единственную точку продаж в деревне, где картами научатся пользоваться ещё очень нескоро, если можно сократить три офиса в мегаполисе, жители которого имеют больше возможностей разобратся в дистанционном банкинге».